

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN ADMINISTRATION DES AFFAIRES

PAR
GUOHUA XIAO

LA VIGILANCE ENTREPRENEURIALE DES ENTREPRENEURS EN SÉRIE :
L'EFFET DE LA GRANDE RÉCESSION SUR LA VOLONTÉ D'EX-
ENTREPRENEURS DE DÉMARRER UNE NOUVELLE ENTREPRISE

FÉVRIER 2019

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

SOMMAIRE

L'entrepreneuriat est un des moteurs du développement des économies modernes, et l'un des rouages fondamentaux du fonctionnement des marchés. L'entrepreneuriat en série, défini ici comme l'intention de démarrer une nouvelle entreprise après une sortie entrepreneuriale récente, est potentiellement plus important pour l'économie et les marchés parce que les ex-entrepreneurs auraient plus d'aptitude ou de volonté pour lancer une nouvelle entreprise que les gens sans expérience antérieure, et aussi une plus grande *vigilance entrepreneuriale* qui rendrait leur entreprise plus performante selon Kirzner (1973).

Dans ce mémoire, je pose la question : est-ce que la vigilance entrepreneuriale d'ex-entrepreneurs fluctue avec le cycle économique ? Puis, je mets en évidence l'influence de la Grande Récession de 2008 et 2009 sur la vigilance entrepreneuriale d'entrepreneurs de série, c'est-à-dire principalement chez les ex-entrepreneurs.

En utilisant les données individuelles de l'enquête sur la population adulte du *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2002 jusqu'à 2014, je procède à une analyse hiérarchique de régressions logistiques qui estiment les facteurs qui influencent l'intention de démarrer une nouvelle entreprise pendant les trois phases du plus récent cycle économique, soit avant, pendant et après la *Grande Récession* de 2008 et 2009. Les résultats montrent que : (1) l'expérience des ex-entrepreneurs influence positivement l'intention de démarrer une nouvelle entreprise par rapport aux individus n'ayant pas vécu une sortie entrepreneuriale récente pendant les trois phases du cycle économique; (2) qu'avant et pendant la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'ex-entrepreneurs influence négativement l'intention de démarrer une nouvelle entreprise; et, (3) qu'après la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'ex-entrepreneurs influence

positivement leurs intentions de créer une nouvelle entreprise. Autrement dit, l'entrepreneur en série est plus susceptible d'entamer de nouvelles affaires après la grande crise financière qu'avant ou pendant cette crise. Cela suggère que la vigilance entrepreneuriale est interpellée différemment lors des différentes phases du cycle économique.

À ma connaissance, cette étude est la première qui s'intéresse à l'effet du cycle économique sur la vigilance entrepreneuriale de l'entrepreneuriat en série. Elle met au jour les fluctuations de la vigilance entrepreneuriale des ex-entrepreneurs pendant les trois phases du cycle économique, l'une des hypothèses fondamentales de la théorie de l'entrepreneuriat de Kirzner (1973) et de la théorie autrichienne du fonctionnement des marchés pour laquelle il existe encore relativement peu d'études empiriques de cette ampleur. Les données de l'étude fournissent des pistes de réflexion sur le rôle des entrepreneurs dans le fonctionnement des marchés à travers les phases du cycle économique et sont susceptibles d'informer les instances gouvernementales sur les stratégies d'encadrement et de promotion auprès des nouveaux et des ex-entrepreneurs afin de relancer l'économie du pays suite à une récession.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	ii
TABLE DES MATIÈRES	iv
LISTE DES TABLEAUX	viii
LISTE DES ABRÉVIATIONS	ix
REMERCIEMENTS	x
INTRODUCTION	1
1. PROBLÉMATIQUE	4
2. LA REVUE DE LITTÉRATURE	7
2.1. L'INTENTION DE CRÉER UNE NOUVELLE ENTREPRISE APRÈS UNE SORTIE ENTREPRENEURIALE	7
2.1.1. L'entrepreneur et l'entrepreneuriat	7
2.1.2. L'intention d'entreprendre, le capital humain, social et de financier	10
2.1.2.1. <i>L'intention d'entreprendre</i>	10
2.1.2.2. <i>Le capital humain général</i>	11
2.1.2.3. <i>Le capital humain spécifique</i>	12
2.1.2.4. <i>Le capital social</i>	13

2.1.2.5.	<i>Le capital financier</i>	14
2.1.3.	La vigilance entrepreneuriale	15
2.1.3.1.	<i>Les sorties entrepreneuriales</i>	16
2.1.3.2.	<i>L'entrepreneuriat en série</i>	19
2.1.3.3.	<i>Les déterminants en devenant l'entrepreneur en série</i>	21
2.2.	LA GRANDE CRISE ÉCONOMIQUE ET L'INTENTION DE CRÉER UNE NOUVELLE ENTREPRISE	23
2.2.1.	La Grande Récession de 2008 et 2009	24
2.2.2.	La Grande Récession et l'intention de créer une nouvelle entreprise	25
2.3.	LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE	27
3.	LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	32
3.1.	LA STRATÉGIE DE RECHERCHE	32
3.2.	L'ÉCHANTILLONNAGE	32
3.3.	LA DESCRIPTION DES VARIABLES	35
3.3.1	La variable dépendante	35
3.3.2	Les variables explicatives	36
3.3.2.1	<i>Le statut d'ex-entrepreneur</i>	36
3.3.2.2	<i>Les périodes du cycle économique</i>	36
3.3.2.3	<i>L'effet d'interaction entre le statut d'ex-entrepreneur et les périodes</i>	37
3.3.2.4	<i>Les autres variables explicatives existantes dans le GEM</i>	38

3.3.3	Les variables contrôles	40
3.3.4	Un résumé des variables	41
3.3.4.1	<i>Analyse descriptive des variables</i>	41
3.3.4.2	<i>Les analyses de corrélations des variables</i>	43
3.4.	LA MÉTHODE D'ESTIMATION	46
4.	L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	52
4.1.	LES ANALYSES HIÉRARCHIQUES DE L'ESTIMATION DU MODÈLE LOGISTIQUE	52
4.1.1.	Les analyses des modèles de régression logistique avant la crise	53
4.1.2.	Les analyses des modèles de régression logistique pendant la Grande Récession de 2008 et 2009	59
4.1.3.	Les analyses des modèles de régression logistique pendant la reprise économique	63
4.2.	L'ESTIMATION DE LA VALIDATION DES HYPOTHÈSES	67
4.3.	UN RÉSUMÉ DES RÉSULTATS	69
5.	DISCUSSION	71
5.1.	DISCUSSION DES RÉSULTATS	71
5.2.	LIMITES	76
5.3.	RECHERCHE FUTURE	77

6. CONCLUSION	81
BIBLIOGRAPHIES	84
ANNEXE A1 : RÉSULTATS DÉTAILLÉS DES ANALYSES EMPIRIQUES (logit)	91
ANNEXE A2 : DÉTAIL DU PROGRAMME DE CODE EXÉCUTÉ DANS LE LOGICIEL D'ANALYSE STATISTIQUE STATA (logit)	106
ANNEXE B1 : RÉSULTATS DÉTAILLÉS DES ANALYSES EMPIRIQUES (probit)	113
ANNEXE B2 : DÉTAIL DU PROGRAMME DE CODE EXÉCUTÉ DANS LE LOGICIEL D'ANALYSE STATISTIQUE STATA (probit)	128

LISTE DES TABLEAUX

1	Analyse descriptive des variables.....	42
2	Classement de l'intensité des relations entre les variables.....	43
3	Analyse de corrélation entre les variables.....	44
4	Analyse hiérarchique de l'estimation du modèle logit en expliquant l'intention de créer une nouvelle entreprise avant la grande crise économique.....	58
5	Analyse hiérarchique de l'estimation du modèle logit en expliquant l'intention de créer une nouvelle entreprise pendant la grande crise économique.....	62
6	Analyse hiérarchique de l'estimation du modèle logit en expliquant l'intention de créer une nouvelle entreprise pendant la reprise économique.....	67
7	Résumé de l'analyse hiérarchique de l'estimation des modèles logit et probit en expliquant l'intention de créer une nouvelle entreprise	69

LISTE DES ABRÉVIATIONS

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
oglm	Ordinal Generalized Linear Models

REMERCIEMENTS

Depuis mon arrivée à l'Université du Québec à Trois-Rivières, il y a quatre ans, je suis heureux de soumettre mon mémoire de maîtrise terminé. Il n'aurait pas été possible d'écrire ce mémoire sans l'aide et le soutien des personnes aimables autour de moi. Je suis donc heureux d'écrire ces lignes de remerciements.

Je tiens à remercier particulièrement mon directeur de recherche : Marc Duhamel, professeur au Département de finance et économique. Ce mémoire ne se serait pas terminé sans son guide, ses conseils, ses critiques, ses corrections, et aussi, grâce à sa rigueur, sa patience et sa disponibilité. Il ne m'apprend pas seulement des connaissances, mais aussi à penser et à résoudre des problèmes. Je considère que c'est un privilège d'avoir été supervisé par lui.

Un grand merci également à Étienne St-Jean et à Frédéric Laurin qui ont si généreusement accepté de lire et d'évaluer ce mémoire. Je leur en suis profondément reconnaissant. Le professeur Louis Laurencelle, Ph.D., a révisé mon mémoire à la fin : je suis plein de mercis pour lui. J'aimerais aussi remercier Abdul Anjorin Houssou et Koamivi Mawunyo Loho pour leurs conseils, leur encouragement et le temps qu'ils m'ont consacré dans le but d'améliorer ce mémoire.

Maintenant à mes parents : Je remercie mes parents Mingzhang Xiao et Zhenxiu Peng pour leur aide financière et morale. Ils ont consacré toute leur vie à me donner la chance d'avoir un avenir meilleur. Je suis le premier membre de notre famille à postuler pour un MBA et je n'aurais pas pu le faire sans eux. Merci à vous, très chers parents : vous êtes au profond de mon cœur. Je remercie sincèrement aussi ma grande sœur Aihua Xiao

et mon petit frère Guoping Xiao, ils m'ont encouragé et s'occupent particulièrement de nos parents pour que je puisse me concentrer sur mes études.

Ensuite, je voudrais remercier ma petite famille : ma femme Yanan Yang pour m'avoir soutenu tout au fil des ans et pour sa confiance en mes capacités. Je sais qu'elle est toujours fière de moi et j'en suis reconnaissant. Aussi, mes fils Chenyang Xiao et Charles Yang, qui me donnent beaucoup de joie et de bonheur. Ma longue carrière en tant qu'étudiant prendra maintenant une fin heureuse et cela n'aurait pas été possible (et, plus important encore, agréable) sans eux.

Enfin, il y avait encore beaucoup de gens qui m'ont aidé et encouragé pendant mon travail de recherche. Malheureusement, je ne pourrais pas donner une liste détaillée de chacun de vos noms, mais je vous remercie sincèrement et profondément dans mon cœur. Merci à vous tous.

INTRODUCTION

De nos jours, l'entrepreneuriat occupe une place prépondérante dans les économies des pays, notamment par l'apport que ces entreprises font à l'économie en termes d'emploi et de croissance (Verstraete et Fayolle, 2005).

La recherche sur l'entrepreneuriat a porté une attention considérable aux raisons et aux méthodes utilisées par les gens pour démarrer leur entreprise (Wennberg, Wiklund, DeTienne et Cardon, 2010). Les déterminants explicatifs de l'entrepreneuriat ou l'intention de créer une entreprise sont le capital humain (Stam, Audretsch et Meijaard, 2008), le capital social (Nielsen et Sarasvathy, 2011), le cycle économique (Fairlie, 2013; Yu, Orazem et Jolly, 2014), etc. Plus particulièrement, la littérature montre que l'un des déterminants importants de l'entrepreneuriat est l'expérience passée (Lafontaine et Shaw, 2016), impliquant « une sortie entrepreneuriale » ; en fait, elle est une composante essentielle du processus entrepreneurial (DeTienne, 2010), « entrée » et « sortie » faisant partie des processus de cheminement (Wennberg, 2011). Une sortie de 'récolte financière' (acquise la richesse personnelle) est un avantage pour que les entrepreneurs soient prêts à s'engager dans une nouvelle aventure d'entrepreneuriat (DeTienne, McKelvie et Chandler, 2015). Avec leur expérience de sortie entrepreneuriale, les ex-entrepreneurs ont obtenu plus de connaissances, de compétence ainsi que la capacité de détecter les opportunités du marché. Ils ont donc une plus grande probabilité d'être impliqués dans une nouvelle activité de l'entrepreneuriat (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011). Ces 'entrepreneurs de série' ont plus de succès, parmi les propriétaires de petites entreprises, grâce à leur expérience entrepreneuriale préalable (Lafontaine et Shaw, 2016) ; en outre, ils sont plus susceptibles d'entreprendre de nouveaux projets entrepreneuriaux (Sarasvathy, Menon et Kuechle, 2013). Le phénomène de l'entrepreneuriat en série favorise la croissance économique.

Les phases d'un cycle économique comprennent le boom économique, la récession et la reprise. Pour certains auteurs comme Fairlie (2013), la grande crise économique récente débuta en décembre 2007 et se termina officiellement en juin 2009. Trois périodes ont été distinguées, soit avant la crise (2002—2007), pendant la crise (2008—2009) et après la crise (2010—2014), périodes qui sont des jalons de référence pour cette étude sur l'intention d'entreprendre. Plusieurs recherches concernent la fluctuation du cycle économique et son influence sur l'entrepreneuriat (Blanchflower, 2000; Constant et Zimmermann, 2004), notamment à propos de la Grande Récession de 2008 et 2009 qui changea brutalement le marché de travail et l'environnement économique et, au-delà, affecta la volonté d'entrepreneuriat (Parker, 2009; Shane, 2011).

La présente étude porte sur l'effet cyclique de la conjoncture économique sur l'intention d'entreprendre chez les ex-entrepreneurs. Elle s'intéresse aux effets de l'interaction entre les différentes phases du cycle conjoncturel économique (avant la crise, pendant la crise et après la crise financière) et l'expérience entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre chez les ex-entrepreneurs, soit ceux qui ont déjà une expérience récente de sortie entrepreneuriale. Plus particulièrement, cette étude vise à mettre en évidence l'influence du cycle économique entourant la Grande Récession de 2008 à 2009 sur l'intention d'entreprendre d'entrepreneurs de série. Selon la théorie autrichienne (I. Kirzner, 1973; I. M. Kirzner, 1997, 1999; Endres et Woods, 2006), les bouleversements de prix associés aux différentes phases du cycle économique activeraient la vigilance entrepreneuriale¹ chez les entrepreneurs expérimentés qui leur permet une plus grande capacité à détecter les opportunités inexploitées du marché. Par ailleurs, selon théorie de la contrainte de liquidité, les personnes ayant une capacité entrepreneuriale élevée et qui font face à des contraintes financières, ont plus de l'intention à se lancer dans la carrière entrepreneuriale (Evans et Jovanovic, 1989). Ainsi, la contrainte de liquidité jumelée à l'activation de la vigilance entrepreneuriale est déterminante dans l'identification d'opportunités inexploitées et influencerait l'intention d'entreprendre, surtout chez les

¹ La traduction libre adoptée ici pour « entrepreneurial alertness » est vigilance entrepreneuriale.

ex-entrepreneurs. Nous utiliserons les modèles hiérarchiques logistiques pour tester nos hypothèses basées sur les théories mentionnées.

Pour atteindre notre objectif, cette étude présente d'abord la problématique de recherche. Ensuite, une revue de littérature scientifique suivra concernant les principaux concepts de la problématique de recherche étudiée, soit l'intention d'entreprendre et la vigilance entrepreneuriale en lien avec les sorties entrepreneuriales, l'entrepreneuriat en série et les principales phases du cycle économique entourant la Grande Récession de 2008 et 2009. Le cadre conceptuel et les hypothèses de recherche sont présentés à la fin de cette section. Par la suite, le mémoire présente la méthodologie adoptée et les résultats de recherche. Puis, pour conclure, nous présenterons une discussion des résultats, des limites et des avenues de recherches futures proposée avant de conclure et compléter ce mémoire. Enfin, la liste des références bibliographiques est suivie des annexes concernant la présentation des tableaux sur les résultats détaillés des analyses empiriques. L'ensemble des programmes de codes exécutés dans le logiciel STATA d'analyse statistique est inclus et pourra être consulté pour reproduire l'ensemble des résultats présentés dans ce mémoire.

1. PROBLÉMATIQUE

En vue de la croissance économique et du plein emploi, tous les pays ont le privilège de penser et agir pour encourager l'entrepreneuriat et protéger les entreprises. Parce que l'entrepreneuriat et les entreprises contribuent positivement et significativement au développement économique, elles créent de la richesse dans l'économie grâce à la valeur ajoutée réalisée par leurs activités quotidiennes et l'ensemble de cette richesse contribue au maintien ou à l'augmentation de la croissance économique (Davidsson, 2005; Pott et Pott, 2012).

Le capital humain a un lien fort avec l'entrepreneuriat (Lasch, Le Roy et Yami, 2005; Unger, Rauch, Frese et Rosenbusch, 2011), c'est l'une des ressources critiques, surtout un capital humain spécifique : une expérience de sortie entrepreneuriale (Amaral, Baptista et Lima, 2011). Les gens avec expérience entrepreneuriale ont plus de connaissances, compétence, de capacité de détecter les opportunités au marché, etc. (Unger, Rauch, Frese et Rosenbusch, 2011). Ils ont plus d'intention de créer une nouvelle entreprise (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; Sundin et Tillmar, 2011; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016), et deviennent ainsi des 'entrepreneurs de série'. En plus, la contribution des entrepreneurs de série à l'activité entrepreneuriale est significative : en Europe, 18-30% des entrepreneurs ont déjà une expérience entrepreneuriale ; aux États-Unis, leur contribution est d'environ un huitième (12,5%) (Plehn-Dujowich, 2010). Selon Lafontaine et Shaw (2016), les entrepreneurs de série réussissent mieux parmi les propriétaires de petites entreprises grâce à leurs expériences entrepreneuriales précédentes.

L'activité entrepreneuriale existe dans le cycle économique entier, y compris durant les phases du boom économique, de la récession et de la reprise (Fayolle, 1993; Yu, Orazem et Jolly, 2014). Dans chaque phase, les gens peuvent avoir l'intention de sortir de leur entreprise et d'en créer une nouvelle, mais Fairlie (2013) pense que l'entrepreneuriat est quelque peu anticyclique : autrement dit, les gens ont davantage l'intention de créer

une nouvelle entreprise pendant la récession que dans la phase de croissance économique, à cause d'une 'nécessité de l'entrepreneuriat'(c'est-à-dire que c'est nécessaire de devenir un entrepreneur, car il est difficile de trouver un emploi salarié pendant la crise) parce qu'on n'a pas de meilleure option (Acs, 2006; Fairlie et Fossen, 2018).

Même si l'on observe toujours des comportements d'entrée et sortie entrepreneuriales, ces comportements varient-ils durant une grande crise économique ? Est-ce que les gens qui sont sortis d'une entreprise avant, pendant ou après la grande crise économique de 2008 et 2009 ont plus ou moins l'intention de créer une nouvelle affaire dans ces périodes-là ? Selon la théorie autrichienne, proposé par Kirzner (I. Kirzner, 1973; I. M. Kirzner, 1997, 1999), le changement d'environnement économique peut activer le potentiel des entrepreneurs pour qu'ils puissent faire leur choix optimal, soit une vigilance entrepreneuriale particulière chez les ex-entrepreneurs est présente pour mieux repérer les opportunités inexplorées du marché (Endres et Woods, 2006). Par ailleurs, Evans et Jovanovic (1989) pensent que les gens qui ont déjà une expérience entrepreneuriale (par exemple, avec une expérience de sortie entrepreneuriale précédente) et une situation financière précaire ont plus de la volonté de créer une nouvelle entreprise : c'est ici la théorie de la contrainte de liquidité. En combinant ces deux théories, nous proposons une problématique de recherche empirique qui n'est pas encore étudiée à ce jour : les effets de la grande crise économique de 2008 et 2009 sur l'intention de créer une nouvelle entreprise chez les ex-entrepreneurs : nous cherchons un lien empirique de cette vigilance entrepreneuriale chez les ex-entrepreneurs qui est activée par les fluctuations du cycle économique conjoncturel, et de son influence sur l'intention d'entreprendre.

Cette recherche empirique vise à identifier les facteurs qui influencent la volonté de mettre sur pied une nouvelle entreprise pendant les trois périodes d'un cycle économique. Le but est d'abord l'identification des changements d'intention de créer une nouvelle entreprise qui sont influencés par la grande crise, puis l'analyse les facteurs qui causent ces changements. C'est une recherche au niveau individuel, les individus

provenant d'un large échantillon de participants au *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), en comparant chez eux l'intention de créer une nouvelle entreprise dans chaque période du cycle économique. Plus spécifiquement, comment les phases du cycle économique influencent-elles la vigilance entrepreneuriale des ex-entrepreneurs, et qu'est-ce qui les amène à vouloir démarrer une nouvelle entreprise et devenir des entrepreneurs de série ?

Cette étude fournira une compréhension plus profonde du rôle de la vigilance entrepreneuriale dans chaque phase du cycle économique, afin que les États soient à même d'établir les politiques économiques optimales dans chaque période, surtout en pensant aux effets désastreux de la grande crise économique, et finalement pour une meilleure et plus forte contribution à la croissance économique.

2. LA REVUE DE LITTÉRATURE

Pour expliquer les facteurs qui influencent l'intention de créer une nouvelle entreprise après une sortie entrepreneuriale dans les périodes différentes du cycle économique, les définitions proposées dans la littérature scientifique, comme l'entrepreneuriat, la sortie entrepreneuriale, les entrepreneurs de série, le cycle économique et la grande crise économique seront révisés en toute cohérence.

2.1. L'INTENTION DE CRÉER UNE NOUVELLE ENTREPRISE APRÈS UNE SORTIE ENTREPRENEURIALE

Les entrepreneurs quittent leurs entreprises pour différentes raisons, dans différentes circonstances et dans une période donnée, et plusieurs d'entre eux ont la volonté de démarrer une nouvelle entreprise. Par exemple, en concluant les données de *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) en 2014, 50,1% d'ex-entrepreneurs ont l'intention de créer une nouvelle entreprise. Cette étude se penche sur une chaîne d'activités entrepreneuriales chez ces individus. Pour une meilleure compréhension de ce concept, l'entrepreneuriat et l'entrepreneur seront présentés d'abord, puis nous nous pencherons sur une sous-section qui comprend l'intention d'entreprendre, le capital humain, social et financier ; après, l'accent sera mis sur la vigilance entrepreneuriale, la sortie entrepreneuriale et l'entrepreneur en série.

2.1.1. L'entrepreneur et l'entrepreneuriat

Selon Davidsson (2005), les entrepreneurs sont certaines personnes qui, plutôt que de travailler pour quelqu'un d'autre en vertu d'un contrat de travail, se retirent du marché d'emploi et deviennent des travailleurs indépendants ou des propriétaires-exploitants

d'une entreprise indépendante. Selon un autre point de vue : un entrepreneur est quelqu'un qui peut prendre n'importe quelle idée, avoir les compétences, la volonté et le courage de prendre le risque extrême de faire tout ce qu'il faut pour transformer un concept en réalité et non seulement l'amener au marché, mais en faire un produit viable, que les gens veulent ou dont ils ont besoin (Pott et Pott, 2012).

Lazear (2004) théorise qu'un entrepreneur est un « touche-à-tout », ou un « généraliste ». Un généraliste est celui qui n'a pas besoin d'exceller dans une compétence, mais qui est compétent dans plusieurs domaines. Pourquoi un généraliste a-t-il une valeur particulière dans l'entrepreneuriat ? L'entrepreneur doit mobiliser des ressources provenant de nombreux domaines différents, et il doit être capable d'identifier les talents créatifs des employés dans des nombreux domaines différents, comme le propose la théorie de l'efficacité de l'effectuation sur l'expertise entrepreneuriale : un ensemble de compétences, de modèles et de processus pouvant être acquis par les entrepreneurs avec le temps et la pratique délibérée (Read et Sarasvathy, 2005).

Les entrepreneurs sont preneurs de risques (Kihlstrom et Laffont, 1979; Vereshchagina et Hopenhayn, 2009; Fairlie et Holleran, 2012), optimistes (De Meza et Southey, 1996), riches (Holtz-Eakin, Joulfaian et Rosen, 1993; Hurst et Lusardi, 2004; Andersen et Nielsen, 2012). De plus, dans certains environnements culturels et économiques, ils ont tendance à se regrouper, suggérant qu'ils apprennent les uns des autres, comme lorsqu'ils sont physiquement entourés d'autres entrepreneurs (Glaeser, Kerr et Ponzetto, 2010).

Plusieurs études ont montré que les femmes expriment moins l'intention de créer une entreprise que les hommes (Langowitz et Minniti, 2007; Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Les travaux sur l'intention entrepreneuriale montrent que l'âge a un effet négatif sur la probabilité de démarrer une nouvelle entreprise (Minniti, 2004; Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; De Hoe,

Giacomin et Janssen, 2016). Plus précisément, l'effet de l'âge sur l'intention d'entreprendre peut être représenté par une courbe en forme d'U inversé, les personnes plus jeunes étant moins susceptibles de démarrer une entreprise en raison de leur manque de capital humain, social et financier tandis que les personnes d'âge moyen sont plus susceptibles de lancer une entreprise et que les séniors rebutent au risque plus élevé et ne souhaitent plus travailler de longues heures (Parker, 2004; De Hoe, Giacomin et Janssen, 2016).

L'entrepreneuriat est souvent décrit comme un moteur de croissance économique. Dans cette étude, nous abordons le processus entrepreneurial à partir d'un niveau d'analyse individuel. Plusieurs définitions concernent l'entrepreneuriat. Kirzner et Davidsson posent que l'entrepreneuriat est le comportement concurrentiel qui anime le processus de marché (I. M. Kirzner, 1983; Davidsson, 2005). Selon certains autres auteurs, l'entrepreneuriat est beaucoup plus large que la création d'une nouvelle entreprise. Son cœur est un état d'esprit : une façon de penser et d'agir, d'imaginer de nouvelles façons de résoudre les problèmes et de créer de la valeur (Pott et Pott, 2012; Bachenheimer, Isaak et Isaak, 2014). Un ancien président du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Acs (2006) a distingué deux différents types d'entrepreneuriat comme « entrepreneuriat de nécessité », le fait de devenir entrepreneur parce qu'on n'a pas de meilleure option, et « l'entrepreneuriat d'opportunité », qui est un choix actif pour démarrer une nouvelle entreprise basée sur la perception qu'une entreprise inexploitée ou une opportunité commerciale sous-exploitée existe.

2.1.2. L'intention d'entreprendre, le capital humain, social et de financier

L'intention d'entreprendre est une intention du comportement qui peut être influencée essentiellement par le capital humain, social et financier. Dans cette partie, nous commençons par les théories de l'intention d'entreprendre, les éléments explicatifs seront présentés à la suite.

2.1.2.1. *L'intention d'entreprendre*

Il existe deux théories essentielles de l'intention d'entreprendre : la théorie du modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), et celle du comportement planifié d'Ajzen (1991). Selon les auteurs de la première théorie, d'un côté, des facteurs positifs poussent les gens à entreprendre, par exemple avoir les ressources nécessaires au démarrage (ses propres compétences, ses connaissances, un fonds de départ, etc.) ou en fonction de la culture, de l'influence familiale, des amis, etc. D'un autre côté, des facteurs négatifs peuvent aussi favoriser l'intention d'entreprendre, comme la perte d'emploi, l'insatisfaction d'un emploi salarié, le besoin d'indépendance, etc. Selon Ajzen (1991), les attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçu sur le comportement ont des rôles directs sur les intentions comportementales. Ces deux théories ont été utilisées largement par les chercheurs pour étudier l'intention de créer une entreprise. Par exemple, Schlaegel et Koenig (2014) étudient les facteurs déterminants sur l'intention entrepreneuriale, St-Jean et Duhamel (2017) explorent l'effet de la satisfaction au travail et la conciliation travail-famille sur l'intention d'entreprendre dans différentes économies. Il y a d'autres éléments explicatifs sur l'intention d'entreprendre, comme le capital humain général et spécifique, le capital social et financier de l'entrepreneur qui sont présentés successivement.

2.1.2.2. Le capital humain général

Le capital humain a un lien fort avec la croissance économique, c'est l'une des ressources critiques liées à tous les concepts de cette étude et qui reviendra régulièrement dans le mémoire. Le capital humain augmente les capacités des propriétaires à découvrir et exploiter les occasions d'affaires, il aide les propriétaires à acquérir d'autres ressources utilitaires telles que le capital financier et physique et contribue à l'accumulation de connaissances et compétences nouvelles. Le capital humain contient les éléments suivants : l'éducation formelle, la formation, l'expérience de travail, l'expérience de démarrage, l'expérience de propriétaire, les antécédents parentaux, les compétences spécifiques, les connaissances et autres (Unger, Rauch, Frese et Rosenbusch, 2011). Selon les facettes du capital humain, il peut être considéré en deux parties : le capital humain général et le capital humain spécifique.

Le capital humain général dénote le niveau d'éducation et l'expérience professionnelle : ce sont des éléments concrets et vérifiables (DeTienne et Cardon, 2008; Amaral, Baptista et Lima, 2011). Un grand nombre d'études lie le capital humain général aux différentes étapes de l'activité entrepreneuriale (Stam, Audretsch et Meijaard, 2008; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016) et l'éducation est la mesure la plus courante du capital humain général. Cependant, le rôle de l'éducation dans le succès d'un start-up reste incertain (Nielsen et Sarasvathy, 2016). Les personnes ayant un niveau de scolarité supérieur peuvent entrevoir plus facilement des opportunités d'affaires et choisir un secteur propice à la création de leurs entreprises. D'autres auteurs ont deux visions du capital humain général : l'une est que les individus les mieux éduqués sont dotés de meilleures compétences et aptitudes et, par conséquent, sont mieux informés, ce qui entraîne qu'ils sont plus efficaces pour évaluer les nouvelles opportunités entrepreneuriales; l'autre est que les niveaux plus élevés de capital humain général peuvent faciliter les transitions vers l'employabilité (l'emploi salarié), réduisant ainsi la probabilité de l'entrepreneuriat (Amaral, Baptista et Lima, 2011).

2.1.2.3. *Le capital humain spécifique*

Par rapport au capital humain général, le capital humain spécifique est défini comme l'expérience managériale ou fondatrice acquise au cours d'une activité entrepreneuriale courante ou antérieure, y compris les connaissances et les compétences associées (Amaral, Baptista et Lima, 2011; Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011). Par conséquent, il serait restreint aux entrepreneurs d'expérience et aux ex-entrepreneurs. Ce capital humain spécifique à l'entrepreneuriat se développe notamment lorsqu'une personne travaille au sein d'une petite ou moyenne entreprise ou qu'elle développe son expérience en tant que fondateur et dirigeant d'entreprise (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016).

Le capital humain spécifique est intangible, et donc difficile à mesurer. Dans cette étude, nous nous centrons sur le capital humain spécifique d'ex-entrepreneurs, soit ceux ayant l'expérience d'une sortie entrepreneuriale récente.

Plusieurs études ont montré que le capital humain spécifique, surtout l'expérience entrepreneuriale, favorise l'intention d'entreprendre (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Dans une étude de De Hoe, Giacomini et Janssen (2016), les entrepreneurs ayant liquidé, abandonné ou connu l'échec de leur première entreprise y ont acquis des compétences entrepreneuriales et ils peuvent mieux que d'autres estimer les nouvelles opportunités d'affaires et sont ainsi plus susceptibles de créer une nouvelle entreprise. Un ex-entrepreneur détectera plus facilement des opportunités et pourra se servir de ses connaissances et compétences acquises lors d'une précédente expérience (Stam, Audretsch et Meijaard, 2008) et, prospectivement, cette expérience peut l'aider à mieux gérer les défis liés à une nouvelle entreprise et à faciliter la pénétration sur un nouveau marché (Shrader, Oviatt et McDougall, 2000). Une sortie d'entreprise confirme l'accumulation de capital humain spécifique lié à l'entrepreneuriat (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016).

Ainsi, le capital humain spécifique pourrait être associé à la vigilance entrepreneuriale, un concept qui est au centre de la théorie autrichienne de l'entrepreneuriat de Kirzner (1973, 1997, 1999 et 2009). Un ex-entrepreneur possède une vigilance entrepreneuriale qui lui permet de réagir plus rapidement au changement de l'environnement du marché de sorte qu'une sortie entrepreneuriale serait un indicateur nécessaire à la vigilance entrepreneuriale (Gaglio et Katz, 2001; Tang, 2008; Valliere, 2013a, 2013b; Sharma, 2018). Nous reviendrons sur ce sujet de façon plus détaillée à la Section 2.1.3 ci-dessous.

2.1.2.4. Le capital social

Le capital social a un impact majeur sur le lancement d'une entreprise et sa réussite. Il est défini comme la somme des ressources provenant du réseau de relations que possède(nt) le(s) fondateur(s) (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Le capital social entrepreneurial comprend le réseau qu'un individu a formé avec d'autres entrepreneurs, ainsi que les ressources qui peuvent être tirées de ses relations. La relation d'un individu avec d'autres entrepreneurs peut jouer un rôle dans la décision de créer une entreprise. Par exemple, la connaissance d'autres entrepreneurs peut faire de l'entrepreneuriat une option de carrière plus attrayante que d'autres, comme le salariat (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011). Le fait d'avoir des contacts personnels avec un entrepreneur augmente la volonté de démarrer une nouvelle affaire (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Ce point de vue est soutenu par Hisrich, Peters et Shepherd (2005). Les individus réseautés avec d'autres entrepreneurs deviennent plus souvent des entrepreneurs, parce qu'il leur est ainsi possible d'obtenir des informations réalistes sur les valeurs, aptitudes et compétences nécessaires pour démarrer et gérer une entreprise, ainsi que des ressources et des contacts importants (Nielsen et Sarasvathy, 2016).

Une étude par Davidsson et Honig (2003) examine l'entrepreneuriat naissant en comparant les individus engagés dans des activités naissantes avec un groupe de contrôle, après le dépistage d'un échantillon de la population générale. Les résultats montrent que le fait de lier le capital social sur la base de liens solides, comme avoir des parents qui possédaient des entreprises ou des amis proches entrepreneurs, était un prédicteur favorable pour distinguer ceux qui s'engageaient dans l'entrepreneuriat naissant. Ceux qui étaient membres d'une équipe d'entrepreneurs étaient également plus susceptibles d'avoir un rythme relativement rapide d'activités de gestation. Et, similairement, être membre d'un réseau d'affaires avait un effet positif statistiquement significatif pour devenir un entrepreneur naissant. De plus, en utilisant les données individuelles de 15 661 ex-entrepreneurs provenant de la base de données du GEM entre 2007 et 2011, De Hoe, Giacomini et Janssen (2016) confirment que le capital social est un des déterminants explicatifs de l'intention de recréer après une sortie entrepreneuriale. Le même résultat est avéré par Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan (2011) : le capital social a un effet positif et significatif sur l'intention de créer une nouvelle entreprise chez les ex-entrepreneurs.

2.1.2.5. *Le capital financier*

Le capital financier est l'une des ressources nécessaires pour que les entreprises puissent se constituer (Cassar, 2004). La richesse personnelle est un facteur substantiel du capital de démarrage, la relation entre la richesse personnelle et les débuts d'affaires a été étudiée en détail dans la littérature précédente en utilisant diverses méthodologies, mesures de richesse et autres données dans le monde (Fairlie, 2013). La plupart des études concluent que les niveaux d'actif mesurés en un an augmentent la probabilité d'entrer dans le travail autonome l'année suivante (Blanchflower et Oswald, 1998; Dunn et Holtz-Eakin, 2000; Fairlie, 2013). Ce constat a généralement été interprété comme une preuve que les moyens financiers de l'entrepreneur est important durant le processus du démarrage de l'entreprise (Evans et Jovanovic, 1989). En plus, une étude montre que le montant du capital investi apparaît comme fortement lié au succès des startups dans le secteur des

technologies de l'information et de la communication et qu'il est aussi un facteur positif de la survie et de la croissance d'une entreprise (Lasch, Le Roy et Yami, 2005).

2.1.3. La vigilance entrepreneuriale

Dans cette section, nous considérons un facteur additionnel pouvant mener à l'intention de démarrer une nouvelle entreprise : la *vigilance entrepreneuriale*. La vigilance entrepreneuriale est un concept développé par Kirzner (1973, 1997, 1999), apparenté, mais distinct de celui de la destruction créative de Schumpeter (1942), pour expliquer le rôle de l'entrepreneur dans le mécanisme des marchés. Il s'inscrit dans la théorie autrichienne des marchés qui met l'emphasis sur l'état quasi-permanent de déséquilibre des marchés et de l'importance de l'entrepreneur dans les rouages des forces structurelles du marché (Kirzner, 1997, 2009).

Concept ambigu, encore mal compris et difficilement mesurable au niveau individuel (Busenitz, 1996 ; Valliere, 2013 ; Klein et Bylund, 2014 ; Sharma, 2018), la vigilance entrepreneuriale demeure tout de même influencée par le capital humain spécifique et l'expérience entrepreneuriale (Tang et al. 2012 ; Sharma, 2018), même si elle doit être activée par l'état de déséquilibre constant et perpétuel des marchés selon Kirzner (1973, 1997, 1999).

Les prochaines sous-sections décrivent la problématique particulière qui résulte du concept de vigilance entrepreneuriale pour l'intention de démarrer une entreprise selon les différentes phases du cycle économique entourant la Grande Récession. Premièrement, nous établissons le lien entre les sorties entrepreneuriales et le capital humain spécifique d'ex-entrepreneurs. Puis, nous établissons le lien entre l'intention d'entreprendre d'ex-entrepreneurs et la littérature touchant les entrepreneurs en série. Puis, nous terminons

cette section en établissant le lien entre la vigilance entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre d'entrepreneurs en série dans les différentes phases du cycle économique.

2.1.3.1. *Les sorties entrepreneuriales*

Les entrées et les sorties d'entreprises sont toujours présentes dans les activités d'une économie. Elles sont considérées généralement comme les principaux moteurs du dynamisme de l'économie (Sundin et Tillmar, 2011). Bien que les sorties entrepreneuriales soient moins mentionnées dans la littérature, elles sont de plus en plus l'objet d'intérêts dans la littérature (Wennberg, 2011).

Par exemple, un récent rapport de *Business Development Bank of Canada* (BDC) en 2017 montre qu'environ 49% des entrepreneurs au Canada prévoient quitter leur entreprise au cours des cinq prochaines années, comparativement à un entrepreneur sur trois au milieu des années 2000 selon des enquêtes semblables menées par la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI)². La sortie entrepreneuriale n'est pas toujours négative ; une enquête auprès d'un échantillon représentatif d'entrepreneurs britanniques a révélé que plus d'un tiers de ceux qui sont sortis considéraient leur entreprise comme un « succès » (Wennberg et DeTienne, 2014). La sortie entrepreneuriale et l'échec entrepreneurial sont deux concepts bien distincts qu'il est important de discriminer (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016).

DeTienne (2010) définit la sortie entrepreneuriale comme le processus par lequel les fondateurs d'entreprises privées quittent l'entreprise qu'ils ont contribué à créer ; ils se retirent à des degrés variables de la structure de l'entreprise, sur le plan de la propriété, la gestion et la participation aux organes décisionnels. Des auteurs définissent la sortie entrepreneuriale comme « la décision de quitter une carrière entrepreneuriale » (Wennberg et DeTienne, 2014) ou le résultat d'une décision de l'entrepreneur de quitter

² <https://www.bdc.ca/>

l'entrepreneuriat et son entreprise (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Selon la définition du GEM, on parle de sortie entrepreneuriale lorsqu'un répondant indique avoir fermé, abandonné ou quitté une entreprise qu'il possédait et gérait au cours des 12 derniers mois (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011) : les répondants ou ex-entrepreneurs de ce type sont la population ciblée dans cette étude.

Il y a plusieurs types de sorties entrepreneuriales. Wennberg, Wiklund, DeTienne et Cardon (2010) distinguent quatre types de sorties entrepreneuriales : une vente de récolte, une vente de détresse, une liquidation de récolte et une liquidation de détresse. En d'autres termes, on peut catégoriser les sorties entrepreneuriales par la vente des entreprises performantes ou peu performantes ou par la liquidation des entreprises performantes ou peu performantes. Une étude par DeTienne et Cardon (2008) analyse l'impact des différents niveaux de capital humain général et spécifique sur la décision d'un entrepreneur selon qu'il considère ou non une stratégie de sortie, et le choix de différents types de stratégies de sortie, tel le transfert à un membre de la famille, la vente à un particulier, la vente à une entreprise, rachat par un employé, introduction en bourse ou liquidation. Ils ont identifié certains facteurs qui augurent d'une sortie entrepreneuriale, soit l'âge de l'entrepreneur (les entrepreneurs plus âgés étaient significativement plus enclins d'opter pour une liquidation de l'entreprise), le niveau de scolarité (les gens avec l'enseignement supérieur sont moins susceptibles de prendre en compte la succession familiale et plus susceptibles de choisir un IPO (Initial Public Offering)), et l'expérience entrepreneuriale antérieure (les entrepreneurs les plus expérimentés sont moins susceptibles d'envisager la vente à un individu et un rachat d'employés). Une autre étude se concentre sur les stratégies de sortie des entreprises familiales (DeTienne et Chirico, 2013). Les résultats montrent que la richesse socioémotionnelle, c'est-à-dire le capital non financier de l'entreprise familiale, est un élément important qui module les stratégies de la sortie entrepreneuriale ; en particulier, des niveaux plus élevés de richesse socioémotionnelle diminuent l'impact d'un éventuel avantage financier ou la probabilité d'une pure et simple cessation.

Les raisons de sortie entrepreneuriale sont multiples. De Hoe, Giacomini et Janssen (2016) les ont séparées en deux catégories : soit les raisons de sortie volontaires (la possibilité de vendre l'entreprise, un autre emploi, une nouvelle opportunité d'affaires, la retraite, des raisons personnelles) et les raisons involontaires (l'entreprise n'a pas été rentable, des problèmes de financement). Le même rapport de BDC cité précédemment montre qu'au Canada, en 2017, les entrepreneurs citent massivement la retraite comme le facteur numéro un derrière leur décision de quitter, soit 83% ; quant aux autres, 6% mentionnent le fait d'être employés ailleurs, 6% pour des considérations financières et 5% pour d'autres raisons.

Pour les entrepreneurs, les facteurs déterminants de sortie sont étudiés par les chercheurs selon plusieurs angles. Certains auteurs analysent des facteurs comme l'expérience entrepreneuriale, l'âge, le niveau de scolarité, le fait de prendre un emploi à l'extérieur et les investissements en actions supplémentaires, lesquels influencent séparément les choix de chaque type de sortie, soit une vente de récolte ou détresse, une liquidation de récolte ou détresse (Wennberg, Wiklund, DeTienne et Cardon, 2010). D'après DeTienne et Chandler (2010), les différentes stratégies de sortie seront influencées par la motivation du propriétaire qui lui a servi à développer initialement l'entreprise : ils distinguent la motivation intrinsèque et extrinsèque. La motivation intrinsèque est la satisfaction inhérente à l'individu (par exemple : la contrôle du propre avenir, d'être reconnu pour son travail) et la motivation extrinsèque est la satisfaction produite par les récompenses externes (par exemple : acquérir la richesse personnelle, gagner un salaire plus élevé, avoir un meilleur statut social).

Par conséquent, la sortie entrepreneuriale peut prédisposer un individu possédant dorénavant le capital humain spécifique à l'entrepreneuriat à mieux cerner les opportunités qui demeurent encore inexploitées dans le marché et à mieux saisir et évaluer les risques des projets entrepreneuriaux. Ainsi, selon la théorie autrichienne de Kirzner

(1973, 1997 et 1999), les ex-entrepreneurs seraient potentiellement plus vigilants aux opportunités entrepreneuriales et plus attentifs aux conditions latentes de l'économie et des marchés. Puisque notre étude porte sur l'intention d'entreprendre d'ex-entrepreneur, et par conséquent de potentiels entrepreneurs en série, nous considérons maintenant ce concept.

2.1.3.2. L'entrepreneuriat en série

L'entrepreneuriat en série est un concept fortement relié à notre étude. Par leurs expériences entrepreneuriales récentes, les entrepreneurs en série potentiels possèderaient une forte capacité de vigilance entrepreneuriale. Nous présentons donc successivement la définition et la contribution de cette catégorie d'entrepreneurs ainsi que les caractéristiques importantes des entrepreneurs en série.

Selon la définition usuelle, un entrepreneur en série est celui qui ouvre des entreprises à répétition (Lafontaine et Shaw, 2016). Selon une autre définition, ils sont les personnes qui, après avoir possédé et géré une entreprise à un temps donné, commencent, acquièrent ou héritent d'une autre entreprise dans un temps ultérieur (Amaral et Baptista, 2007). Le processus d'entrepreneuriat en série peut donc comporter à la fois la sortie et la reprise d'entreprise ou le démarrage d'une nouvelle entreprise (Sundin et Tillmar, 2011). Ainsi, un entrepreneur qui a le projet de démarrer une nouvelle entreprise à la suite d'une sortie entrepreneuriale est potentiellement un entrepreneur en série (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011). Dans cette étude, nous retiendrons cette définition des entrepreneurs de série potentiels à l'aide des données du GEM, soit les gens qui ont l'intention de créer une nouvelle entreprise dans les douze mois suivant une sortie entrepreneuriale.

Les entrepreneurs en série ont un obstacle additionnel important à franchir. À savoir, faire face à 'l'échec' de nouveau et risqué perdre ce qu'ils ont gagné avec le succès de leur

précédente entreprise (Nielsen et Sarasvathy, 2016). Un récent rapport d'Eurobaromètre met en évidence un paradoxe inhérent dans les attitudes des répondants vis-à-vis des entrepreneurs : alors que 50% estimaient qu'il ne fallait pas démarrer une entreprise lorsqu'il y a un risque d'échec, 82% ont déclaré que les entrepreneurs qui échouaient dans leur première entreprise devraient avoir une seconde chance et de l'aide au moment du redémarrage (Nielsen et Sarasvathy, 2016).

Malgré la difficulté et l'inquiétude d'un échec, la contribution des entrepreneurs en série à l'économie est évidente. En utilisant des échantillons représentatifs de la population des entrepreneurs en série, la littérature récente rapporte la preuve du nombre de reprises réussies après une sortie avec échec (Eggers et Song, 2015) ou après une sortie avec succès (Toft-Kehler, Wennberg et Kim, 2014). La contribution des entrepreneurs en série à l'activité entrepreneuriale est significative. Environ 18 à 25% de toutes les nouvelles entreprises sont créées par des entrepreneurs de série (Hyytinen et Ilmakunnas, 2007). Dans certaines populations, les taux peuvent même dépasser 45% (Eesley, 2009). En Europe, 18 à 30% des entrepreneurs ont vécu au moins une sortie entrepreneuriale, environ 19 à 25% au Royaume-Uni, en Allemagne leur contribution est de 18%, tandis qu'en Finlande, elle est près de 30% (Plehn-Dujowich, 2010). La contribution des entrepreneurs en série à l'activité entrepreneuriale aux États-Unis est plus modeste, soit environ 12,5% selon Headd (2003).

Les entreprises fondées par des entrepreneurs de série sont autant sinon plus susceptibles de survivre que celles fondées par des entrepreneurs novices, et les entrepreneurs de série sont plus susceptibles de rester des entrepreneurs que les novices (Plehn-Dujowich, 2010). En utilisant des données sur tous les établissements créés entre 1900 et 2011 pour vendre des biens et des services au détail au Texas, Lafontaine et Shaw (2016) constatent que 25,6% des entreprises sont exploitées par des entrepreneurs de série ; la réussite est meilleure chez les propriétaires de petites entreprises, parce que l'entrepreneuriat précédent est alors une expérience d'apprentissage qui confère des

compétences précieuses dans les entreprises suivantes, en plus, l'entrepreneuriat passé (dans un même secteur) a un fort effet négatif sur la probabilité de fermer l'entreprise actuelle. En utilisant des données provenant d'entreprises financées par du capital-risque, plusieurs études montrent que les entrepreneurs qui ont fait leurs preuves ont plus de chances de réussir dans leur entreprise que les entrepreneurs débutants (Holmes et Schmitz Jr, 1996; Headd, 2003; Gompers, Kovner, Lerner et Scharfstein, 2010). De plus, les entrepreneurs de série ont plus de chance d'ouvrir et de continuer à gérer un certain nombre d'entreprises en même temps, comparativement aux entrepreneurs débutants (Lafontaine et Shaw, 2016).

2.1.3.3. Les déterminants en devenant l'entrepreneur en série

Comment devenir un entrepreneur en série ? Quelles sont les caractéristiques importantes des entrepreneurs en série ? La littérature se concentre principalement sur le capital humain général (années d'éducation formelle et d'expérience professionnelle) et le capital humain spécifique (expérience entrepreneuriale, managériale et fondatrice). Les résultats montrent que le capital humain général a un effet négatif pour un ex-entrepreneur de devenir un entrepreneur en série, tandis que l'impact du capital humain spécifique est en général positif (Amaral, Baptista et Lima, 2011). Sarasvathy, Menon et Kuechle (2013) proposent que la propriété des entreprises et la création d'autres entreprises renforcent l'accumulation du capital humain spécifique à l'entrepreneuriat : les entrepreneurs en série ayant probablement accumulé des connaissances sur les clients et les fournisseurs, l'acquisition et l'organisation des ressources, et les réseaux de contacts. Bref, l'expérience professionnelle passée est un des facteurs déterminants de l'entrepreneuriat en série et du succès futur (Lazear, 2004; Lafontaine et Shaw, 2016).

Dans une autre perspective, une diminution de revenu familial, l'existence d'économies de variété dans le démarrage d'entreprise en série ou encore une augmentation du capital de démarrage peut également avoir des effets positifs sur la

probabilité qu'un entrepreneur devienne entrepreneur selon Plehn-Dujowich (2010). Si l'entreprise actuelle est de mauvaise qualité ou en mauvaise passe, alors un entrepreneur ayant une compétence suffisamment élevée est incité à rechercher une occasion d'affaires plus lucrative afin d'exploiter sa grande capacité entrepreneuriale, en d'autres termes, il est plus susceptible d'être un entrepreneur en série.

En utilisant des données au niveau individuel dans 24 pays ayant participé au GEM en 2004, 2005 et 2006, Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan (2011) concluent que les personnes qui ont quitté leur entreprise au cours des 12 derniers mois ont plus grande de probabilité de devenir les entrepreneurs de série. En plus, De Hoe, Giacomini et Janssen (2016) utilisent les données individuelles provenant aussi de la base du GEM entre 2007 et 2011, testant l'impact des raisons de sortie volontaire et involontaire ainsi que d'autres déterminants (les capitaux humain et social ainsi que la peur de l'échec) sur l'intention de récidiver après une sortie d'entreprise. Les résultats montrent que, par rapport aux individus ayant cessé volontairement leurs activités, ceux ayant quitté involontairement leur entreprise précédente sont plus susceptibles de retenter leur chance. Cette constatation est corroborée par Nielsen et Sarasvathy (2016), qui utilisent une base de données pour la recherche sur le marché du travail, constituée de données complètes du registre longitudinal du Danemark, durant la période 1980-2007. Leurs résultats révèlent que les entrepreneurs qui ont déjà échoué sont plus susceptibles de créer une seconde entreprise que les entrepreneurs qui ont déjà réussi ; cet effet reste fortement significatif même après exclusion des entrepreneurs de nécessité (ceux qui sont soit au chômage sur une longue période soit qui ont des coûts d'opportunité faibles en termes de salaires).

Ainsi, d'après cette littérature révèle que les entrepreneurs en série potentiels, soit ceux qui bénéficient d'une expérience entrepreneuriale précédente, possèderaient une plus grande capacité à détecter les opportunités inexploitées du marché, à évaluer les conditions du marché ou à exploiter ces opportunités, établissant une relation positive

entre le capital humain spécifique de l'entrepreneur en série et la vigilance entrepreneuriale décrite par la théorie autrichienne de l'entrepreneur (I. Kirzner, 1973; I. M. Kirzner, 1997, 1999; Endres et Woods, 2006; Douhan, Eliasson et Henrekson, 2007). Par contre, Endres et Woods (2006, p. 194) rappellent que le capital humain spécifique à l'expérience entrepreneuriale ne constitue que l'un des deux facteurs nécessaires qui mènent à la vigilance entrepreneuriale. Pour que cette expérience entrepreneuriale se transforme en vigilance entrepreneuriale, au sens propre de la théorie autrichienne, le capital humain spécifique de l'entrepreneur doit être activé par des signaux de déséquilibres des marchés dans l'allocation des ressources, une considération largement ignorée des recherches qui se sont plutôt attardées aux caractéristiques psychologiques de la vigilance entrepreneuriale des entrepreneurs avec plus ou moins de succès (Sharma, 2018). Ainsi, l'étude empirique de la vigilance entrepreneuriale se fonde sur la présence de sources exogènes de bouleversements de déséquilibres de marchés. Pour cette raison, la prochaine section présente un épisode récent de déséquilibres importants des marchés et de bouleversements dans les opportunités entrepreneuriales exploitées et inexploitées : la Grande Récession de l'économie mondiale de 2008 et 2009.

2.2. LA GRANDE CRISE ÉCONOMIQUE ET L'INTENTION DE CRÉER UNE NOUVELLE ENTREPRISE

Les cycles économiques sont une caractéristique de l'activité économique. Un cycle économique consiste en une période d'expansion dans de nombreux secteurs économiques à peu près au même moment suivi d'une période de contraction (ou, récession) qui se fusionne éventuellement avec la période d'expansion du prochain cycle (Fayolle, 1993). Donc les différentes phases d'un cycle économique correspondent à des périodes de bouleversements de l'état d'équilibre ou de déséquilibres de plusieurs marchés.

Dans cette section, nous nous intéressons à la deuxième condition nécessaire de la vigilance entrepreneuriale, soit les différentes phases du récent cycle économique entourant la Grande Récession de 2008 et 2009. Nous présentons d'abord l'origine de ce cycle économique, soit la crise financière de décembre 2007, puis nous présenterons les recherches qui se sont intéressées à étudier son impact sur l'intention d'entreprendre et en particulier chez les ex-entrepreneurs.

2.2.1. La Grande Récession de 2008 et 2009

L'origine de la Grande Récession de l'économie mondiale de 2008-2009 est une importante crise financière marquée par une crise de liquidité tant au niveau des banques que des États, et une raréfaction du crédit aux entreprises. Amorcée à la fin de 2007, elle trouve son origine dans le dégonflement de bulles de prix (dont la bulle immobilière américaine des années 2000) et les pertes importantes des établissements financiers provoquées par la crise des 'subprimes'. Elle s'inscrit dans le cadre de la « Grande Récession » amorcée en 2008 et dont les effets se feront sentir au-delà de 2011 pour plusieurs pays. Cette « Grande Récession », débutant en décembre 2007 et dont la fin officielle remonte à juin 2009, a entraîné de nombreuses fermetures d'entreprises et saisies immobilières (Diez, 2014). Le taux de chômage aux États-Unis est passé à plus de 10%, ce qui est deux fois plus élevé qu'au début de la récession, les taux de chômage locaux plus élevés augmentant la probabilité que les individus créent des entreprises (Fairlie, 2013). Mais quel a été l'effet de cette Grande Récession sur l'intention de créer une nouvelle entreprise, particulièrement chez les ex-entrepreneurs, compte tenu de leur capital humain spécifique et, surtout, de leur vigilance entrepreneuriale ?

2.2.2. La Grande Récession et l'intention de créer une nouvelle entreprise

Différemment de Acs (2006) qui rapporte l'entrepreneuriat d'opportunité et l'entrepreneuriat de nécessité comme étant un choix dicté par la disponibilité de ressource, Fairlie et Fossen (2018) classent les entrepreneurs selon l'opportunité et ceux en entrepreneuriat de nécessité en considérant le statut de travail préalable : les personnes qui sont initialement au chômage avant de démarrer une entreprise sont définies comme des entrepreneurs «de nécessité», et celles qui sont salariées, inscrites à l'école ou au collège ou qui ne cherchent pas activement un emploi, sont définies comme des entrepreneurs «d'opportunité». En utilisant des données provenant de trois sources représentatives et largement utilisées au niveau national, soit l'enquête de population actuelle (CPS), le microrecensement allemand et le panel socio-économique allemand (SOEP), les auteurs concluent que l'entrepreneur «d'opportunité» est généralement faiblement procyclique (c'est-à-dire, déterminé par le cycle économique) et l'entrepreneur «de nécessité», fortement contracyclique. Autrement dit, l'esprit d'entreprise est quelque peu contracyclique et, pendant la crise économique, l'entrepreneuriat de nécessité est plus important que l'entrepreneuriat d'opportunité. Mais d'autres chercheurs ont trouvé une relation négative entre le taux de travail indépendant et le taux de chômage, et l'entrepreneuriat de nécessité dans les récessions pourrait être interprété incorrectement. D'après Yu, Orazem et Jolly (2014), la fraction d'entrepreneurs augmente en période de récession parce que le travail salarié est plus vulnérable au cycle économique que le travail indépendant, et non pas en raison de la nécessité de l'entrepreneuriat. Lafontaine et Shaw (2016) y rajoutent une perspective intéressante, en attestant que les entreprises lancées pendant les récessions sont moins susceptibles de fermer. La raison possible est les entreprises ouvertes durant ces périodes sont plus sélectives, c'est-à-dire, les propriétaires ne poursuivent que des idées commerciales très prometteuses pendant les récessions. Cette perspective pourrait encourager les gens à former l'intention d'entreprendre.

Pendant la crise économique de 2008 et 2009, le Dow Jones Industrial Average (abrégé en DJIA et souvent ramené à Dow Jones) affichait un sommet historique de 14 198,10 points en cours de séance, 11 octobre 2007, alors que, peu de temps après, commençait une chute qui dura 17 mois, jusqu'au 9 mars 2009, le Dow Jones clôturant la séance à son plus bas niveau depuis 1997, soit 6 547,05 points. Les investisseurs ont perdu leur richesse personnelle pendant cette période très risquée, la crise économique causant une contrainte de liquidité. Evans et Jovanovic (1989) montrent que seules les personnes à forte capacité entrepreneuriale et à faible actif financier sont touchées par la contrainte de la richesse, mais ce sont précisément ces personnes qui sont les plus susceptibles de vouloir passer au travail autonome, surtout s'ils ont de faibles revenus salariaux. Donc, la contrainte de liquidité est un atout chez les ex-entrepreneurs qui, avec leur capital humain spécifique, sont plus susceptibles de créer une nouvelle entreprise durant une récession et deviennent ainsi potentiellement des entrepreneurs en série.

Cette prédiction théorique est cohérente avec les prédictions de la théorie de vigilance entrepreneuriale de Kirzner (1973, 1997, 1999). La Grande Récession, modifiant abruptement les signaux de prix et les opportunités entrepreneuriales dans de nombreux marchés comme le marché de l'immobilier, de l'énergie, et le marché du travail, tant au niveau local que temporel, active la vigilance entrepreneuriale d'ex-entrepreneurs. Ces innombrables situations de déséquilibre des marchés informent et guident l'entrepreneur dans son processus de découverte et contribue au processus d'ajustement des marchés aux différentes phases du cycle économique.

À notre connaissance, peu d'études se sont intéressées à la relation empirique qui existe entre la vigilance entrepreneuriale et la Grande Récession, et en particulier chez les entrepreneurs en série potentiel possédant une expérience récente de sortie entrepreneuriale. Pourtant, la théorie autrichienne de l'entrepreneuriat proposée par Kirzner (1973, 1997, 1999), et résumée récemment par Sharma (2018), est claire que la vigilance entrepreneuriale, résultante de l'interaction des déséquilibres dans

l'environnement des marchés et du capital humain spécifique des entrepreneurs, est un facteur déterminant de l'intention d'entreprendre d'une population. La prochaine section établit nos hypothèses de recherche.

2.3. LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Cette revue de la littérature a mis en place les éléments importants pour cette recherche, tels que l'intention d'entreprendre, le capital humain général, social et financier de l'entrepreneur, et surtout le capital humain spécifique associé à une sortie entrepreneuriale récente, et combiné aux phases d'un cycle économique comme la Grande Récession, pour étudier la relation entre la vigilance entrepreneuriale et l'intention de démarrer une nouvelle entreprise.

Pendant la phase de la sortie entrepreneuriale, les types de sorties, les raisons de sortie et les facteurs déterminants de sortie ont été mentionnés. Quant à l'ex-entrepreneur et l'entrepreneur en série, la littérature a mis l'accent sur l'importance économique de ces entrepreneurs de série et des caractéristiques de ceux-ci. La grande crise économique et son influence sur l'entrepreneuriat ont été présentées à la fin. Pour former les hypothèses pertinentes, en intégrant cette revue de la littérature et le but de cette étude, le cycle économique est décomposé en trois périodes, soit avant, pendant et après la crise, les ex-entrepreneurs étant classés selon ces périodes. Autrement dit, les ex-entrepreneurs avant la grande crise sont ceux qui ont quitté leur entreprise pendant la période de croissance économique, les ex-entrepreneurs pendant la crise sont ceux qui ont quitté pendant la crise, et les ex-entrepreneurs après la crise sont ceux qui ont quitté leur entreprise pendant la période de reprise économique.

La revue de littérature a montré que l'effet de la Grande Récession de 2008-2009 sur l'intention d'entreprendre reste encore peu étudié et le rôle de la vigilance entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre reste ambigu. Plus précisément, c'est

l'effet d'interaction entre les différentes phases du cycle économique de la Grande Récession et la vigilance entrepreneuriale demeure mal documentée. Nous proposons ci-dessous des hypothèses théoriques pour étudier cette problématique de recherche.

La théorie économique autrichienne de l'entrepreneur (I. Kirzner, 1973; I. M. Kirzner, 1997, 1999) offre modèle théorique qui permet d'unifier ces différents facteurs pour former nos hypothèses. On y présente l'individu, un entrepreneur potentiel, comme quelqu'un à l'affût des opportunités et ayant un potentiel créatif, qui peut débusquer les occasions apparaissant dans le processus du marché, préparer une action entrepreneuriale lorsque son analyse la croit optimale et la décider le moment venu (Endres et Woods, 2006). La théorie autrichienne est appropriée pour expliquer le comportement entrepreneurial dans le cycle économique puisqu'elle est capable de reconnaître l'élément spéculatif et créatif dans toute prise de décision individuelle et d'intégrer l'activité entrepreneuriale dans un cadre théorique permettant de comprendre le processus du marché (I. M. Kirzner, 1997; Endres et Woods, 2006; Tang, 2008; I. M. Kirzner, 2009; Klein et Bylund, 2014).

La vigilance entrepreneuriale, une capacité de reconnaître les opportunités inexploitées, est essentielle est à la base de la théorie autrichienne de l'entrepreneur et du fonctionnement des marchés de I. Kirzner (1973). Elle "se réfère à une attitude de réceptivité" ou à la volonté de repérer les opportunités existantes et négligées par les autres individus de l'économie que sont les consommateurs, les gestionnaires et les travailleurs ; elle réfère aussi implicitement à une propension à coordonner les ressources utilisées dans les processus de marché et serait activée par les signaux de gains d'opportunité en situation de *déséquilibre* du marché (I. M. Kirzner, 1997; Endres et Woods, 2006). D'où l'importance de cette théorie pour notre recherche.

Notre but est d'estimer l'effet de la Grande Récession sur l'intention de créer une entreprise, et en particulier chez les ex-entrepreneurs. Pour eux, quantitativement, le capital humain (général et spécifique) et le capital social demeurent des facteurs

déterminants de l'intention d'entreprendre durant les trois phases du cycle économique ; toutefois, avec la fluctuation du cycle économique, les conditions de l'environnement sont changées, tels la richesse personnelle, le taux intérêt, la disponibilité du capital financier, les opportunités offertes par le marché de travail, les fluctuations de la demande et des opportunités entrepreneuriales offertes par le climat économique changeant. Par exemple, dans les périodes de croissance économique, les ex-entrepreneurs possèdent un meilleur capital financier, mais en même temps le marché du travail est plus favorable aux salariés que dans les autres périodes, ce qui donne des indicateurs contradictoires pour l'intention de créer une entreprise. Donc, les ex-entrepreneurs vont estimer la différence du gain entre être entrepreneur et être salarié dans chaque période, et faire leur choix optimal. Cependant, pendant ou après la crise économique et selon des conditions changeantes, nous supposons que les ex-entrepreneurs peuvent, avec l'état de leur vigilance entrepreneuriale, détecter les opportunités dans le processus de déséquilibre du marché, et finalement implémenter leur intention de recréer. En outre, selon la théorie de la contrainte de liquidité (Evans et Jovanovic (1989), le capital humain spécifique, plus précisément l'expérience entrepreneuriale, joue un rôle plus important pendant ou après la grande crise qu'il ne l'est pendant la croissance économique.

En bref, suite à l'analyse ci-dessus des deux théories exposées dans notre revue de littérature: i) le capital humain spécifique d'un ex-entrepreneur devrait augmenter l'intention d'entreprendre d'un ex-entrepreneur par rapport à celui qui ne bénéficie pas de l'expérience d'une sortie entrepreneuriale récente, et ce quelle que soit la phase du cycle économique; et, ii) la vigilance entrepreneuriale, soit l'interaction entre le capital humain spécifique d'un ex-entrepreneur avec les différentes phases d'un cycle économique, serait *procyclique*.

Deux hypothèses principales sont formées. Premièrement, le capital humain spécifique d'un ex-entrepreneur devrait être positivement associé à l'intention d'entreprendre. Deuxièmement, la vigilance entrepreneuriale est un facteur procyclique

de l'intention entrepreneuriale qui est activée uniquement dans les trois périodes du cycle économique, chaque période donnant lieu à deux hypothèses, comme suit :

Hypothèse 1 : *Le capital humain spécifique associé à l'expérience d'une sortie entrepreneuriale récente d'un ex-entrepreneur est positivement associé à l'intention d'entreprendre, quel que soit la phase du cycle économique.*

Hypothèse 2 : *La vigilance entrepreneuriale est un facteur procyclique, c'est-à-dire que la vigilance d'un ex-entrepreneur devrait être en phase avec le cycle économique, qui est stimulée en période de déséquilibre des marchés.*

Cette deuxième hypothèse mène à trois principaux corollaires de l'Hypothèse 2 qui feront l'objet de notre analyse empirique.

Hypothèse 2a : *En période de croissance stable du cycle économique, c'est-à-dire pour la période précédant la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur n'influence pas l'intention d'entreprendre.*

Hypothèse 2b : *En période de décroissance instable du cycle économique, c'est-à-dire pendant la période de la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur influence négativement l'intention d'entreprendre.*

Hypothèse 2c : *En période de croissance instable du cycle économique, c'est-à-dire pendant la période de reprise de la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur influence positivement l'intention d'entreprendre.*

En d'autres termes, bien que le capital humain spécifique d'un ex-entrepreneur serait positivement relié à l'intention d'entreprendre, la vigilance entrepreneuriale étoufferait les ardeurs entrepreneuriales pendant les phases de contraction du cycle économique et elle influencerait de manière positive l'intention d'entreprendre lors des phases d'expansion, et en particulier lors de la phase de reprise économique. Ces

prédictions établies à partir de la théorie autrichienne de l'entrepreneuriat abondent dans le même sens que la théorie entrepreneuriale de la contrainte de liquidité. Elles se placent dans une certaine mesure en porte-à-faux aux prédictions des autres théories néoclassiques de l'allocation du talent entrepreneurial qui suggèrent un lien contracyclique entre l'intention d'entreprendre et les phases du cycle économique (Fairlie, 2013; Fairlie et Fossen, 2018).

3. LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

La méthodologie utilisée pour la collection des données et leur analyse en fonction des hypothèses retenues est présentée dans ce chapitre, soit, dans l'ordre, la stratégie de recherche, l'échantillon, la description des variables et la méthode d'analyse appliquée.

3.1. LA STRATÉGIE DE RECHERCHE

Notre recherche vise à étudier l'influence de la grande crise économique sur le phénomène de l'intention entrepreneuriale. Nous choisissons la recherche de type quantitatif parce que notre but de recherche est d'établir des faits, de les décrire et d'en cerner les variations. Nous utilisons le raisonnement de type déductif de la recherche scientifique parce qu'il permet de vérifier les hypothèses à l'aide de méthodes statistiques crédibles afin d'en estimer la validité (Fortin et Gagnon, 2016).

Par ailleurs, notre devis de recherche est un devis d'enquête corrélationnelle, c'est-à-dire vérifie à l'aide d'hypothèses les différentes associations, ou les relations précises entre les variables sélectionnées (Fortin et Gagnon, 2016). Nous mettrons au test diverses relations empiriques de la population générale, dont les ex-entrepreneurs, dans chaque phase du cycle économique et leur intention de démarrer une nouvelle entreprise.

3.2. L'ÉCHANTILLONNAGE

La population étudiée, appelée « population cible », est celle qui satisfait aux critères de sélection établis d'avance et qui peut éventuellement servir à faire des généralisations (Fortin et Gagnon, 2016). Dans cette étude, la population cible provient

de l'enquête de la population adulte internationale du *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), soit la population adulte âgée de 18 ans et plus.

Le *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) est un projet mené à bien par un consortium de recherche dédié à la compréhension de la relation entre l'entrepreneuriat et le développement économique national. Depuis 1999, les rapports GEM ont été une source clé de données comparables dans une grande variété de pays sur les attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat, les activités commerciales naissantes et établies, et les aspirations des entrepreneurs pour leurs entreprises (Bosma, 2013). Basé à Londres, en Angleterre, GEM est une évaluation annuelle du niveau national d'activité entrepreneuriale dans plusieurs pays différents, maintenant la plus grande étude en cours sur la dynamique entrepreneuriale dans le monde.

Notre source de données provient d'une grande enquête annuelle de GEM : une enquête auprès de la population adulte (Adult Population Survey : APS), réalisée entre avril et juin de chaque année, et elle utilise un questionnaire standard fourni par le consortium GEM (Bosma, 2013). Notre échantillon est constitué de personnes interrogées entre 2002 et 2014, la documentation disponible permettant de réunir les données complètes pour satisfaire cette étude. L'objectif de cette étude est d'évaluer l'effet de la Grande Récession de 2008 et 2009 sur l'intention de créer une nouvelle entreprise. Donc, la population cible concerne les gens qui répondent à la question suivante : « Êtes-vous, seul ou avec d'autres, en attente de démarrer une nouvelle entreprise, y compris toute forme d'auto-emploi ? » et qui auront également répondu à la question « Avez-vous, au cours des 12 derniers mois, vendu, fermé, interrompu ou quitté une entreprise que vous possédiez et gériez ? ». Autrement dit, la population cible de cette étude vise l'ensemble de la population adulte, dont une certaine sous-population est constituée d'ex-entrepreneurs ayant eu une expérience récente d'une sortie entrepreneuriale.

Les données du GEM étant annuelles, nous avons combiné les données individuelles des 13 années, soit de 2002 à 2014. Les répondants totaux représentent 2 106 399 individus. Après cette première étape, nous avons nettoyé la base de données, en supprimant, pour chaque variable utilisée, les personnes ayant des réponses manquantes ou ayant répondu « Je ne sais pas » ou « Refusé », ou encore ayant donné des réponses ne pouvant pas être correctement codées (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Nous avons supprimé les données des personnes de moins de 18 ans et les pays qu'on ne pouvait pas identifier. Notre échantillon final est de 969 994 personnes.

Notre échantillon est composé de 4,71% d'ex-entrepreneurs, 95,29% restant n'ayant pas eu d'expérience entrepreneuriale dans les 12 mois précédents. Toutes les personnes ont plus de 18 ans, la moyenne d'âge est de 41,44 ans, et 50,26% sont des hommes. 66,04% des répondants ont un travail à temps plein ou à temps partiel, 18,79% n'ont pas de travail, 15,17% sont des retraités ou des étudiants. Environ 35,95% des répondants possèdent un diplôme d'études postsecondaires ou plus. 52,50% pensent avoir les connaissances, les compétences et l'expérience requises pour entreprendre une nouvelle affaire. 38,35% connaissent quelqu'un qui a démarré une entreprise au cours des deux dernières années et près de 39,18% estiment détecter de nouvelles opportunités entrepreneuriales. Aussi, il y a 38,17% de répondants qui pensent que la peur de l'échec les empêcherait de démarrer une nouvelle entreprise. Les répondants proviennent de 101 pays ou régions, distribués dans les cinq continents et dans les principaux pays du monde présentant différents niveaux économiques.

13,74% de répondants se trouvent durant la période de la grande crise économique et, parmi eux, 5,24% sont des ex-entrepreneurs, soit 6 983 personnes. Il y a 25,41% des répondants avant la crise et 60,84% après, parmi lesquels 3,86% et 4,95% respectivement sont des ex-entrepreneurs, soit 9 511 et 29 200 ex-entrepreneurs.

3.3. LA DESCRIPTION DES VARIABLES

Les variables sont l'expression quantitative d'un concept ou d'un construit, la variable dépendante est celle qui est censée réagir ou correspondre à l'effet d'une autre variable (la variable indépendante) ou être causée par celle-ci, la variable indépendante est celle variable qui détermine ou 'explique' potentiellement la variable dépendante ou être la cause d'un changement dans celle-ci (Fortin et Gagnon, 2016).

Cette section présente les différentes variables qu'on doit utiliser pour atteindre notre objectif de recherche, y compris la variable dépendante et toutes les variables indépendantes. On sépare les variables indépendantes comme les variables explicatives, les variables créées, les variables combinées à partir de quelques variables précédentes, et les variables de contrôle. À la fin de cette partie sera présenté un synopsis de ces variables, puis suivra l'analyse descriptive et les analyses corrélationnelles des variables.

3.3.1 La variable dépendante

L'objectif principal de recherche est l'évaluation de l'effet de la grande crise sur l'intention de créer une nouvelle entreprise chez la population. Notre variable dépendante provient des données du GEM, elle est estimée directement par la question suivante : « Êtes-vous, seul ou avec d'autres, en attente de démarrer une nouvelle entreprise, y compris toute forme d'auto-emploi ? ». Il s'agit d'une variable dichotomique cotée à 1 si la personne répond Oui, à 0 si la réponse est Non. La base de données GEM attribue le label « futsup » à cette variable dépendante.

3.3.2 Les variables explicatives

Pour atteindre complètement notre objectif, nous avons utilisé deux autres catégories de variables explicatives dans notre modèle : l'une regroupe des variables explicatives existant dans la base de données de GEM, l'autre des variables explicatives fabriquées dans le but de comparer l'intention de créer une nouvelle entreprise dans les périodes différentes du cycle économique et d'estimer l'effet de la grande crise économique sur l'intention d'entreprendre chez les ex-entrepreneurs : ces variables ont été identifiées dans la revue de littérature, ci-dessus.

3.3.2.1 Le statut d'ex-entrepreneur

Le statut d'ex-entrepreneur est une des variables explicatives existantes dans la base de données du GEM ; concernant l'expérience entrepreneuriale ou la vigilance entrepreneuriale, qui est un élément critique du capital humain spécifique, nous avons utilisé une variable dichotomique provenant des données GEM et mesurant les personnes interrogées ayant déjà quitté leurs entreprises précédentes, peu importe que la sortie entrepreneuriale soit volontaire ou involontaire. C'est une variable cruciale dans notre étude, qui répond à la question « Avez-vous, au cours des 12 derniers mois, vendu, fermé, interrompu ou quitté une entreprise ? ». Les réponses positives ont été codées 1, ou 0 pour les réponses négatives. Cette variable est notée comme « discent » dans le GEM et elle identifie le statut d'ex-entrepreneur.

3.3.2.2 Les périodes du cycle économique

Pour étudier l'influence de la grande crise sur l'intention de créer une nouvelle entreprise, nous avons séparé les années de 2002 jusqu'à 2014 en trois parties qui correspondent aux trois périodes du cycle économique : la période avant la crise économique s'étendait de 2002 à 2007, la période de grande crise touchait 2008 et 2009 et l'intervalle de 2010 à 2014 marquait la période de reprise économique. Nous avons créé

trois variables dichotomiques pour représenter respectivement ces trois périodes dans nos modèles, soit « pre-crise », « dur-crise » et « post-crise » : chaque variable est codée 1 lorsque la personne interrogée occupait la période désignée, ou 0 sinon.

3.3.2.3 L'effet d'interaction entre le statut d'ex-entrepreneur et les périodes

Le statut d'ex-entrepreneur influence-t-il l'intention de créer une entreprise, et chaque période du cycle économique incluant la Grande Récession de 2008 et 2009 a-t-elle un effet différentiel sur cette intention ? L'effet des variables indépendantes qui varient entre les sous-groupes est appelé effet d'interaction (Kohler et Kreuter, 2005). Le but principal de cette étude étant d'estimer l'effet spécifique de la grande crise économique sur l'intention de créer une nouvelle entreprise chez les ex-entrepreneurs, il faut les situer et les comparer dans les trois périodes. L'effet d'interaction indique comment varie l'influence de chaque période sur l'intention de démarrer une entreprise chez les ex-entrepreneurs.

À partir de la théorie autrichienne et la théorie de la contrainte de liquidité, nous avons supposé que l'effet de l'expérience entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre changeait en accompagnant la fluctuation du cycle économique conjoncturel. Grâce à leur expérience entrepreneuriale, les ex-entrepreneurs démontrant une vigilance entrepreneuriale stimulée par la contrainte de liquidité peuvent avoir davantage l'intention de créer une nouvelle entreprise pendant et après la crise. C'est la vigilance entrepreneuriale : l'effet d'interaction entre le statut d'ex-entrepreneur et le cycle économique.

Ainsi, nous avons créé trois variables par les trois périodes avec le statut d'ex-entrepreneur pour distinguer les ex-entrepreneurs à chaque période du cycle économique. Dans nos modèles, « predis » représente les gens qui ont sorti leur entreprise avant la grande crise lorsque « discent = 1 » et « precrise = 1 ». Pareillement, « durdis » et « postdis

» représentent respectivement les ex-entrepreneurs pendant et après la grande crise quand les variables concernant sont codée par 1.

Précisons que l'effet d'interaction entre le capital humain spécifique associé à une sortie entrepreneuriale récente des ex-entrepreneurs et la phase du cycle économique se mesure par rapport à l'ensemble des autres individus, y compris les entrepreneurs naissants de la période en cours et les ex-entrepreneurs des autres périodes du cycle économique. Par exemple, « predis » représente les gens qui n'ont pas sorti leur entreprise avant la grande crise lorsque « discent = 0 » et « precrise = 1 », ils sont peut-être les entrepreneurs potentiels dans cette période de croissance économique.

3.3.2.4 Les autres variables explicatives existantes dans le GEM

Nous avons cerné quelques autres déterminants pour expliquer la volonté des ex-entrepreneurs de créer une nouvelle entreprise, tels que le capital humain général, le capital humain spécifique, le capital social, le capital financier et la peur de l'échec. Concernant le capital humain général, nous avons utilisé deux variables du GEM : le niveau de scolarité et la condition de travail. Le capital humain spécifique inclut l'expérience récente d'une sortie entrepreneuriale, le sentiment de compétence (ou de connaissance) entrepreneuriale, la peur de l'échec entrepreneurial et la détection d'opportunité. Quant au capital social, la connaissance personnelle d'autres entrepreneurs a été utilisée. Le capital financier est représenté par le revenu familial. Une description détaillée de ces variables suit.

Pour le capital humain général, le niveau de scolarité est une variable ordinale incluant cinq niveaux 'normalisés', soit : 0 pour les gens n'ayant bénéficié d'aucune scolarité, 111 pour un niveau inférieur au secondaire, 1212 pour la scolarité secondaire, 1316 pour un diplôme d'études postsecondaires et 1720 pour un diplôme d'études supérieures. Pour la même raison que le sexe, nous avons recodé cette variable qui devient

1 pour un diplôme d'études élevé (post-secondaires et supérieures), et 0 représente les trois niveaux inférieurs. Donc, finalement, elle devient une variable dichotomique dans notre modèle, désigné « gemeduc » dans le GEM.

Le statut de travail est une variable catégorielle, codée en trois catégories : 10 représente les travailleurs, y compris le travail à temps plein et à temps partiel ; 20 représente les chômeurs ; 30 représente les retraités et les étudiants. Ce statut est dénoté « gemwork3 » dans le GEM.

En plus d'une expérience récente de sortie entrepreneuriale, le capital humain spécifique est mesuré par trois variables. La détection d'opportunité est une variable dichotomique aussi, nommée « oport » dans le GEM. Elle répond à la question : « Au cours des six prochains mois, y aura-t-il de bonnes occasions de démarrer une entreprise ? » 1 est codé en cas de réponse Oui et 0 représente la réponse Non. Les réponses positives signifient une volonté sur l'entrepreneuriat d'opportunité et les réponses négatives incluent les répondants qui déclare une intention vers l'entrepreneuriat de nécessité.

La perception de compétence est également une variable dichotomique dans le GEM. Elle répond à la question : « Avez-vous les connaissances, les compétences et l'expérience requises pour démarrer une nouvelle entreprise ? » 1 est codé en cas de réponse positive et 0 représente la réponse négative. Elle est marquée du label « suskill » dans le GEM.

Finalement, pour mesurer la peur de l'échec, nous avons utilisé la variable dichotomique « fearfail » du GEM qui correspond à la question : « La peur de l'échec vous empêcherait-elle de démarrer une entreprise ? » Une réponse positive est codée par 1 et négative par 0.

Concernant le capital social, il est mesuré à l'aide d'une variable dichotomique qui est désignée « knowent » dans le GEM et répond à la question : « Connaissez-vous quelqu'un qui a démarré une entreprise au cours des deux dernières années ? » La réponse positive est codée par 1 et la réponse, par 0.

Le revenu familial est une variable ordinale 'normalisée', est codée à trois niveaux, soit 33 représente les plus bas 33%, 3468 pour les 33% médians et 68100 pour les 33% supérieurs. La variable a pour nom « gemhhinc » dans le GEM.

3.3.3 Les variables contrôles

Nous avons ajouté des variables de contrôle régulièrement utilisées dans la littérature sur la création d'une nouvelle entreprise (Cossette, Mélançon et Desbiens, 2010; Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; Lévesque et Minniti, 2011; Maâlaoui, Fayolle, Castellano, Rossi et Safraou, 2012; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Ce sont les données démographiques telles que l'âge, le sexe, le pays et l'année de l'enquête.

L'âge est une variable continue. Elle provient directement des données du GEM, obtenue par la question suivante : « Quel est votre âge actuel (en années) ? » et notée « age ». Nous avons retenu les personnes ayant 18 ans et plus parce que l'âge a une incidence négative sur l'intention de créer (Duhamel et al., 2016). Aussi, nous n'avons pas censuré les personnes de 65 ans et plus puisque Duhamel et al (2016) ont montré que l'effet de l'âge sur l'intention de créer une entreprise est une fonction monotone décroissante.

Le sexe est une variable binaire dans les données du GEM, les hommes étant codés à 1 et les femmes à 2. Par souci d'harmonisation de nos variables binaires (et

dichotomiques), nous avons recodé le sexe féminin à 0 dans notre modèle. « gender » est présenté comme le sexe dans le GEM.

Le pays est une variable catégorielle dans les données du GEM, chaque pays étant codé par un ou des chiffres, par exemple : les États-Unis sont codés par 1, Israël est codé par 972, etc. Il y a 101 pays ou régions dans notre modèle, le label attribué étant « country » dans le GEM.

Toutes les données provenant de 2002 jusqu'à 2014, l'année est une variable catégorielle/ordinale dans les données du GEM et indique en quelle année l'enquête a été administrée. Chaque année est codée respectivement par 2002, 2003, etc., soit 13 années de données au total dans notre modèle, codées sous le nom « yrsurv » dans le GEM.

3.3.4 Un résumé des variables

Après le nettoyage des données, un recodage et une explication des variables, nous présentons un résumé synoptique de celles-ci en deux parties, soit une analyse descriptive des variables et une analyse des coefficients de corrélations entre les variables.

3.3.4.1 Analyse descriptive des variables

Le tableau 1 résume toutes les variables utilisées dans la recherche.

Tableau 1 : Analyse descriptive des variables

Variable	Mesure	Observation	Moyenne	Écart- Type	Min	Max	Type
Variable dépendante							
Futsup	L'intention de créer	969 994	.2310	.4214985	0	1	Binaire
Variable indépendante (explicative : existante)							
Discent	Statut d'ex- entrepreneur	969 994	.0471	.2118689	0	1	Binaire
gemeduc	Niveau d'étude	969 994	.3595	.4798608	0	1	Binaire
knowent	Connaître un entrepreneur	969 994	.3917	.4881495	0	1	Binaire
gemhhinc	Revenu familial	969 994	24888.55	31606.35	33	68100	Discrète ordonnée
Opport	Détection d'opportunité	969 994	.3978	.4894469	0	1	Binaire
Suskill	Connaissance	969 994	.5249	.4993767	0	1	Binaire
Fearfail	Peur d'échec	969 994	.3816	.4857949	0	1	Binaire
gemwork3	Statut de travail	969 994	14.91	7.438736	10	30	Catégorique
Variable indépendante (explicative : créée)							
pre-crise	Avant la grande crise	969 994	.2541	.4353703	0	1	Binaire
dur-crise	Pendant la grande crise	969 994	.1374	.3442995	0	1	Binaire
post-crise	Après la grande crise	969 994	.6084	.4880987	0	1	Binaire
Predis	Ex-entrepreneur avant la crise	969 994	.0098	.0985347	0	1	Binaire
Durdis	Ex-entrepreneurs pendant la crise	969 994	.0071	.0845411	0	1	Binaire
Postdis	Ex-entrepreneurs après la crise	969 994	.0301	.1708716	0	1	Binaire
Variable indépendante (contrôle)							
Age	Âge	969 994	41.44	14.38625	18	100	Discrète ordonnée
Gender	Sexe	969 994	.5025	.4999935	0	1	Binaire
Country	Pays	969 994	173.06	241.6676	1	972	Catégorique
Yrsurv	Année	969 994	2009.86	3.335999	2002	2014	Catégorique

3.3.4.2 Les analyses de corrélations des variables

Corréler entre elle deux ou plusieurs variables, c'est étudier l'intensité de la relation de proportionnalité qui peut exister entre celles-ci. La mesure de corrélation linéaire entre les deux se fait par le calcul du coefficient de corrélation de Pearson, noté r , qui peut aller de -1 à 1. Il est égal à 1 dans le cas où l'une des variables est une fonction affine croissante de l'autre variable, à -1 dans le cas où une variable est une fonction affine et décroissante. Les valeurs intermédiaires renseignent sur le degré de dépendance linéaire entre les variables. Plus le coefficient est proche des valeurs extrêmes -1 et 1, plus la corrélation linéaire entre les variables est forte ; on emploie simplement l'expression « fortement corrélées » pour qualifier les variables. Une corrélation égale à 0 signifie que les variables ne sont pas corrélées linéairement.

Plusieurs auteurs ont proposé des barèmes pour l'interprétation d'un coefficient de corrélation. Hemphill (2003), se basant sur 380 études méta-analytiques en psychologie, les lignes directrices empiriques pour l'interprétation de l'ampleur des coefficients de corrélation seraient comme au tableau 2 :

Tableau 2 : Classement de l'intensité des relations entre les variables

La distribution des coefficients de corrélation r de Pearson	L'interprétation de l'ampleur
$ r < .20$	La corrélation est faible
$.20 < r < .30$	La corrélation est modérée
$ r > .30$	La corrélation est forte

Tableau 3 : Analyse de corrélation entre les variables

	futsup	discent	pre-crise	dur-crise	post-crise	gender	age	gembhinc	gemwork3	gemeduc	suskill	Opport	fearfail	knowent
futsup	1.0000													
discent	0.1544*	1.0000												
pre-crise	-0.0906*	-0.0235*	1.0000											
dur-crise	-0.0068*	0.0099*	-0.2330*	1.0000										
post-crise	0.0856*	0.0139*	-0.7276*	-0.4976*	1.0000									
gender	0.0693*	0.0263*	-0.0155*	0.0117*	0.0056*	1.0000								
age	-0.2103*	-0.0248*	0.0691*	0.0167*	-0.0734*	-0.0147*	1.0000							
gembhinc	0.0399*	0.0068*	-0.1124*	0.0361*	0.0748*	0.0867*	-0.0525*	1.0000						
gemwork3	-0.0749*	-0.0175*	-0.0115*	0.0089*	0.0040*	-0.1199*	0.1802*	-0.1482*	1.0000					
gemeduc	-0.0105*	-0.0171*	0.0247*	0.0193*	-0.0357*	0.0177*	-0.0294*	0.2146*	-0.1154*	1.0000				
suskill	0.2603*	0.1241*	-0.0348*	0.0313*	0.0090*	0.1392*	-0.0592*	0.1058*	-0.1543*	0.0609*	1.0000			
opport	0.2318*	0.0640*	-0.0318*	-0.0381*	0.0552*	0.0571*	-0.0950*	0.0689*	-0.0711*	0.0189*	0.2137*	1.0000		
fearfail	-0.0899*	-0.0244*	-0.0367*	-0.0028*	0.0347*	-0.0705*	-0.0092*	-0.0387*	-0.0100*	-0.0105*	-0.1538*	-0.0924*	1.0000	
knowent	0.1987*	0.0935*	-0.0041*	0.0268*	-0.0152*	0.0959*	-0.1473*	0.1145*	-0.1292*	0.0662*	0.2515*	0.2163*	-0.0463*	1.0000

Notes : Pour le calcul de la distribution des coefficients de corrélation de Pearson (r), le nombre d'observations est 969 994. Les coefficients annotés d'une étoile (*) sont statistiquement significatifs et différents de zéro au seuil conventionnel de 1%.

Notre étude contient une variable dépendante et treize variables indépendantes, sauf le facteur fixe qui est « country ». Globalement pour les 13 années, le Tableau 3 présente les corrélations entre les treize variables, obtenues par le logiciel Stata.

Le tableau 3 ci-dessus présente les corrélations entre les variables, notamment celles entre la variable dépendante (« futsup », en première colonne) et les variables indépendantes, soit les corrélations entre l'intention de créer une nouvelle entreprise et les ex-entrepreneurs, les périodes du cycle économique, le capital humain et le capital social, respectivement. Nous allons mettre l'accent à expliquer d'abord la corrélation entre l'intention d'entreprendre et le statut d'ex-entrepreneur, les trois périodes du cycle économique conjoncturel. Ensuite, nous expliquons le reste selon le classement de l'intensité des relations des variables et le degré de signification des corrélations.

La corrélation entre le statut ex-entrepreneur et l'intention de créer une nouvelle entreprise est faible et significative (0.15), mais la valeur est positive : les ex-entrepreneurs ont plus de l'intention de créer une nouvelle entreprise que les gens qui n'ont pas d'expérience entrepreneuriale. Les trois périodes du cycle économique ont aussi une corrélation faible et significative avec l'intention d'entreprendre (-0.09, -0.01 et 0.09 relativement) : ces coefficients révèlent que les gens en période de croissance économique ou durant la récession ont moins de la volonté de créer une nouvelle entreprise, à rebours de ce qui se passe dans la période de reprise. Les corrélations entre le statut d'ex-entrepreneur et les trois périodes du cycle économique sont faibles aussi (-0.02, 0.01 et 0.01), suggérant que les ex-entrepreneurs sont moins nombreux en période de croissance économique, et plus nombreux pendant et après la crise.

L'âge, les connaissances, la détection d'opportunité et la connaissance d'un entrepreneur ont une corrélation modérée et significative avec l'intention de créer une nouvelle entreprise. Le coefficient négatif pour l'âge (-0,21) indique les personnes âgées sont moins ambitieuses ou moins enclines à démarrer une nouvelle affaire.

Pour les autres variables indépendantes, les valeurs des coefficients sont inférieures à 0,20, indiquant ici des corrélations faibles, mais significatives avec la variable dépendante. Les femmes paraissent moins ambitieuses que les hommes pour une nouvelle aventure ; les gens avec un revenu familial plus élevé sont plus susceptibles d'entrer dans l'entrepreneuriat ; les travailleurs ont moins de l'intention de créer une nouvelle entreprise que les gens qui n'ont pas de travail ; la peur d'échec empêche les gens d'entreprendre une nouvelle affaire ; les niveaux d'études plus élevés ne prédisposent pas à se lancer dans une nouvelle entreprise.

Les corrélations entre les connaissances, la détection d'opportunité et la connaissance d'un entrepreneur sont modérées, et significatives. C'est-à-dire que les gens ayant plus de connaissances ont une plus grande capacité pour détecter les opportunités et ont plus de probabilité de connaître un autre entrepreneur.

3.4. LA MÉTHODE D'ESTIMATION

La variable dépendante utilisée, de nature dichotomique, répond à la question « Êtes-vous, seul ou avec d'autres, en attente de créer une nouvelle entreprise ? », 1 étant la réponse positive et 0 la négative. Nous utilisons Stata (version 15.1) pour analyser les données et tester les hypothèses. Stata permet d'estimer les régressions multivariées dont la variable dépendante est dichotomique (Kohler et Kreuter, 2005). Stata propose trois méthodes principales pour estimer un modèle de régression multivariée avec la variable dépendante dichotomique, soit la régression linéaire, le modèle Logit et le modèle Probit. Étant donné que notre variable dépendante est une variable binaire simple, les modèles Logit et Probit sont favorisés. La différence entre les effets marginaux estimés par Logit et Probit apparaît principalement dans l'interprétation des données finales : dans le modèle Logit, ils obéissent à la distribution logistique standard, tandis que dans le modèle Probit,

ils obéissent à la distribution normale standard (Kohler et Kreuter, 2005). Nous avons arbitrairement opté pour le modèle Logit.

Les probabilités logarithmiques naturelles de l'intention d'entreprendre une nouvelle affaire, seront estimées quantitativement par la régression logistique, ces valeurs, appelées logits, peuvent être reconvertis en probabilités par l'équation (1) :

$$y(z) = \exp(z) / [1 + \exp(z)] = \Lambda(z) \quad (1)$$

où « z » est variable aléatoire et « exp » est une exponentiation basée sur la constante d'Euler, $e \approx 2,718$ (Kohler et Kreuter, 2005).

En utilisant cette méthode d'estimation, nous pouvons obtenir le signe et la grandeur relative des coefficients. Le signe attaché au paramètre estimé pour chacune des variables explicatives met en évidence l'effet de cette variable sur la probabilité d'occurrence de la variable dépendante. L'estimation des valeurs des coefficients du modèle logistique se base sur le principe du maximum de vraisemblance. Stata fournit en outre un indice, le pseudo-R², qui sert à évaluer l'ajustement du modèle de régression logistique, interprété comme la portion de variance de la variable dépendante expliquée ou contrôlée par les variables indépendantes (Kohler et Kreuter, 2005). L'effet marginal des variables peut être obtenu par la suite de la régression.

Pour atteindre l'objectif de cette étude, nous allons réaliser une analyse hiérarchique par estimation par maximum de vraisemblance du modèle Logit de notre variable dépendante dans les trois périodes économiques, et démontrer la robustesse de notre inférence statistique en testant les différentes spécifications emboîtées du modèle empirique. Cette analyse hiérarchique se réalisera via les six modèles suivants :

Modèle général : $\Pr(Y = 1 | X) = \Lambda(\beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots + \beta_kx_k)$, avec $\Lambda(z) = \exp(z) / [1 + \exp(z)]$ qui est la fonction précédente (1), et la somme $z (= \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots + \beta_kx_k)$ est fréquemment appelée la fonction linéaire du modèle de régression Logit.

$\Pr(Y = 1 | X)$ est la probabilité conditionnelle d'intention de créer une nouvelle entreprise, avec une valeur estimée entre 0 et 1.

Modèle 1 : $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$

Modèle 2 : Modèle 1 + $\beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \gamma$

Modèle 3 : Modèle 2 + $\beta_{12} X_{12} + \beta_{13} X_{13} + \mu$

Modèle 4 : Modèle 3 + $\beta_{1*2} X_1 * X_2 + \delta$ (incluant une interaction entre X_1 et X_2)

Modèle 5 : Modèle 4 avec l'introduction de l'option effet de groupe par pays dans la régression.

Modèle 6 : Modèle 4 avec l'hétéroscédasticité par rapport au niveau de revenu familial, réalisé par *Ordinal Generalized Linear Models* (oglm)

Dans chaque modèle, « Y » signifie le logarithme naturel des probabilités de l'intention de créer une nouvelle entreprise. « Y » peut être transformé en probabilité par l'équation (1). Ensuite, nous présentons successivement les variables indépendantes qui sont inscrites dans les modèles :

X_1 = « discent », le statut d'ex-entrepreneur ;

X_3 = « gemeduc », le niveau d'étude ;

X_4 = « knowent », la connaissance d'un autre entrepreneur ;

X_5 = « gemhhinc », le revenu familial ;

X_6 = « age », l'âge ;

X_7 = « gender », le sexe ;

X_8 = « opport », la détection de l'opportunité ;

X_9 = « suskill », la compétence ;

X_{10} = « fearfail », la peur d'échec ;

X_{11} = « gemwork3 », le statut de travail ;

X_{12} = « country », tous les pays impliqués, c'est un facteur fixe ;

X_{13} = « yrsurv », toutes les années impliquées, c'est un facteur fixe ;

« X_2 » les trois périodes (distinctes) du cycle économique, soit « pre-crise ». « dur-crise » et « post-crise ». « $X_1 * X_2$ » est la combinaison de « discent » et l'une des trois périodes, soit « discent » et « pre-crise » qui regroupe les ex-entrepreneurs de la période avant la grande crise (lorsque « discent » et « pre-crise » sont positives en même temps), « discent » et « dur-crise » regroupe les ex-entrepreneurs de la période pendant la crise, et « discent » et « post-crise » regroupe ceux qui sont apparus après la grande crise. Ces combinaisons sont représentées dans trois variables créées, soit « predis », « durdis » et « postdis » respectivement.

Cette méthode d'analyse cumulative, réalisée par la séquence de modèles présentée, vise tout d'abord à évacuer les problèmes de spécification des variables. Et ensuite de mettre en évidence l'effet possible de l'ajout des variables supplémentaires sur les paramètres et la significativité des trois variables du cycle économique et de l'interaction de celles-ci avec la variable du statut d'ex-entrepreneur. Elle nous permet aussi d'estimer le biais et l'inefficacité potentiels des paramètres et de nous assurer de la fiabilité de nos résultats d'estimation quant à l'influence des périodes et leur impact sur la probabilité de l'intention de créer une nouvelle entreprise. Nos hypothèses seront alors testées. Enfin, pour nos modèles hiérarchisés, nous utilisons le lrtest (LR test), basé sur le principe du maximum de vraisemblance et vérifiant l'hypothèse nulle selon laquelle le vecteur de paramètre d'un modèle statistique satisfait à une contrainte homogène validant la robustesse de la spécification de la fonction linéaire du modèle empirique Logit.

Les premiers quatre modèles concernent l'effet du capital humain général et spécifique, du capital social, du capital financier et du cycle économique sur l'intention

de créer une nouvelle entreprise, en ajoutant graduellement les autres variables explicatives, deux variables fixes et l'interaction entre le statut d'ex-entrepreneur et les périodes du cycle économique conjoncturel. « $\varepsilon, \gamma, \mu, \delta$ » sont résidus (ou erreur résiduelles) qui représentent l'influence de facteurs non observés ou du hasard sur la variable dépendante pour chaque observation dans les modèles. Une série de coefficients « β » (bêta) indiquent formellement les changements des valeurs de variable dépendante lorsque les variables indépendantes correspondantes augmentent d'une unité.

Le cinquième modèle ajoute aux précédents l'option 'effet de groupe par pays' dans la régression. Bien évidemment, les données de chaque pays sont variées, les niveaux d'économie, de culture, de politique, etc. différent. Plus précisément, le modèle 5 suppose que le résidu du Modèle 4, δ , est corrélé parmi les répondants d'un groupe, c.-à-d. d'un pays, cette composante δ étant alors indépendamment et identiquement distribuée selon $\Lambda(\cdot)$, soit la distribution logistique standard.

Finalement, le sixième modèle considère la possibilité d'hétéroscédasticité (inégalité des variances d'un niveau à l'autre des variables) résultant de l'omission de variables explicatives corrélées avec les autres variables explicatives incluses dans la spécification, comme par exemple des effets d'interaction non inclus, des distributions non linéaires ou autres. Par exemple, l'omission de certaines variables peut être significativement liée au revenu familial. Ce modèle permet de gérer des choix hétérogènes en utilisant l'option *Ordinal Generalized Linear Models* (oglm),

Les Oglm, ou *modèles linéaires généralisés ordinaux*, peuvent être utilisés pour estimer des choix hétérogènes et des modèles associés (Williams, 2010). L'hypothèse d'homoscédasticité (ou égalité des variances) stipule que la variance de l'erreur non observée, conditionnée par les variables explicatives, est constante. Cependant, une hétéroscédasticité se produit lorsque la variance des non observables change dans différents segments de la population, les segments étant déterminés par les différentes

valeurs des variables explicatives. Lorsqu'un modèle de régression binaire suppose à tort que les variances d'erreur sont les mêmes pour tous les cas, les erreurs-types sont erronées et les estimations des paramètres biaisées, rendant l'inférence inefficace. Les modèles à choix hétérogènes gèrent explicitement les déterminants de l'hétéroscédasticité pour tenter d'y remédier (Williams, 2010).

Par notre modèle 6 (de type oglm), nous contrôlons pour une hétéroscédasticité potentielle afin de vérifier s'il existe une corrélation entre des variables omises et les variables explicatives, le niveau de revenu familial par exemple. Nous essayons enfin un autre modèle pour contrôler l'hétéroscédasticité, le modèle Probit (résultats présentés dans les annexes B1 et B2).

4. L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

Les résultats obtenus à partir de l'étude nous permettent de fournir des preuves sur l'influence des différentes variables incluses dans les modèles de création de nouvelles entreprises à partir des modèles de régression logistique utilisés. À tour de rôle, nous présentons le résultat des différents modèles explorés et les inférences statistiques correspondant à nos hypothèses de départ.

4.1. LES ANALYSES HIÉRARCHIQUES DE L'ESTIMATION DU MODÈLE LOGISTIQUE

Dans cette section, nous présentons d'abord les résultats d'estimation des modèles qui ont été réalisés à l'aide de Stata en utilisant la régression logistique, suivis d'une interprétation. Les résultats des estimations sont présentés plus bas, dans les tableaux 4, 5, et 6 et concernent principalement l'effet des trois périodes du cycle économique sur l'intention de démarrer une nouvelle entreprise chez les ex-entrepreneurs. Chaque tableau donne le niveau de significativité de chacune des variables explicatives et leur effet sur la variable dépendante. L'erreur-type des coefficients est dans une parenthèse sise sous le coefficient. Les valeurs du nombre d'observations, du rapport de vraisemblance (LR-chi²) et de sa probabilité du rapport de vraisemblance (Prob-chi²), du maximum de vraisemblance (Log-likelihood) et du pseudo-R² sont montrées en bas du tableau. En ajoutant de façon progressive des variables explicatives emboîtées, ces tableaux montrent également la robustesse de l'inférence statistique.

La présentation contient trois parties qui correspondent aux trois périodes considérées, soit avant la grande crise, pendant la crise économique et à reprise économique : nous les présentons successivement.

4.1.1. Les analyses des modèles de régression logistique avant la crise

Le tableau 4 ci-dessous montre les résultats exprimant les effets de l'influence des variables indépendantes sur l'intention de démarrer une nouvelle entreprise avant la grande crise économique et nous permettent de tester l'hypothèse 1 et 2a.

Dans le premier modèle, nous utilisons cinq variables indépendantes (hormis la seconde variable, qui dénote la période avant la crise) ; les quatre autres variables représentent simplement le capital humain spécifique, le capital humain général, le capital social et le capital financier, autrement dit le statut d'ex-entrepreneur, le niveau de scolarité, connaître un entrepreneur et le revenu familial.

Les résultats de cette première régression révèlent d'abord que les ex-entrepreneurs ont un effet positif et significatif sur la variable dépendante ($\beta=1.227211$, erreur-type=.0100046), c'est-à-dire les ex-entrepreneurs ont plus de l'intention de démarrer une nouvelle entreprise que les gens sans expérience entrepreneuriale, autrement dit, le capital humain spécifique favorise l'intention d'entreprendre. Ce résultat est cohérent avec les recherches antérieures (Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan, 2011; De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Ensuite, quant à la variable « pre-crise » ($\beta=-.5325348$, erreur-type=.0062567), elle est un facteur négatif et significatif, à savoir que les gens dans la période de croissance économique ont moins de l'intention de créer une nouvelle entreprise que dans les deux autres périodes. Le niveau de scolarité ($\beta=-.1082464$, erreur-type=.0053534) montre qu'il s'agit d'un facteur négatif et significatif, soit que les gens ayant une plus haute scolarité sont moins susceptibles d'entreprendre une nouvelle aventure, le capital humain général défavorisant l'intention d'entreprendre. Au contraire, connaître un entrepreneur (= le capital social) est un facteur positif et significatif ($\beta=.9099587$, erreur-type=.005035) sur l'intention de démarrer une nouvelle entreprise. Puis, le résultat sur le revenu familial ($\beta=9.95e-07$, erreur-type=8.06e-

08) montre que c'est un facteur positif et significatif, c'est-à-dire que plus de revenu familial (= le capital financier) favorise l'intention de démarrer une nouvelle entreprise.

Enfin, nous présentons le logarithme du maximum de vraisemblance (Log-likelihood) et le pseudo R^2 de ce premier modèle, soit -493624.200 et 0.059. Pour rappel, le pseudo R^2 mesure l'apport de contrôle (de la variable dépendante) fourni par l'ensemble des variables explicatives par rapport à un modèle qui ne comprendrait qu'une constante (le β_0) ; le R^2 s'étend de 0 (modèle totalement non contrôlé) à 1 (modèle totalement contrôlé). La valeur obtenue indique que la variance expliquée par le modèle 1 est globalement peu importante, et le modèle peu efficace. Ce qui nous amène à notre deuxième modèle, avec l'ajout quelques autres variables explicatives, l'âge, le sexe, la détection d'opportunités, la compétence entrepreneuriale, la peur de l'échec, et les statuts de travail.

Le résultat de la régression du Modèle 2 nous montre le même effet du capital humain spécifique, du capital humain général et du capital social sur l'intention d'entreprendre, comme dans le Modèle 1. Cependant, l'effet du capital financier devient négatif et significatif ($\beta = -6.28e-07$, erreur-type = $8.63e-08$), c'est-à-dire qu'avec plus de revenu familial, les gens ont moins de l'intention de créer une nouvelle entreprise.

Pour les variables ajoutées à cette régression, le résultat de la régression sur l'âge ($\beta = -.035927$, erreur-type = $.0002097$) révèle que les gens âgés ont moins de l'intention de créer une nouvelle entreprise : c'est un facteur négatif et significatif. Le sexe est un facteur positif et significatif ($\beta = .1791127$, erreur-type = $.0055321$), indiquant que les hommes sont plus 'entrepreneurs' que les femmes. Les résultats de la détection d'opportunité et de la compétence entrepreneuriale dénotent des facteurs positifs et significatifs, l'intention de créer une entreprise augmente quand les gens ont plus de la capacité de détecter l'opportunité commerciale et plus de connaissances et compétences entrepreneuriales. Quant à la peur de l'échec ($\beta = -.2489404$, erreur-type = $.0057065$), elle est un facteur

négalif et significatif, qui retient les gens d'entreprendre une nouvelle affaire. Les résultats sur le statut de travail montrent le chômage comme un facteur positif et significatif ($\beta=.2662707$, erreur-type=.007186.) et les statuts de retraite et étudiant, des facteurs négatif et significatifs ($\beta=-.2773808$, erreur-type=.0088722.) quant à la volonté d'entreprendre, ce en comparaison avec les travailleurs.

D'ailleurs, en ajoutant ces variables explicatives, on constate qu'il y a un accroissement de la statistique LR égal à 107615.8, soit le résultat du test de spécification (LR test du Modèle 1 versus le Modèle 2), un test qui permet de rejeter l'hypothèse nulle affirmant que les paramètres ajoutés au Modèle 2 sont conjointement égaux à 0 : le modèle 2 constitue donc une amélioration efficace par rapport à son prédécesseur, ce que montre aussi le pseudo R^2 qu'il obtient, soit 0,161.

En ajoutant deux facteurs fixes, le pays et l'année, le Modèle 2 devient le Modèle 3. On constate que, dans ce modèle, les résultats des variables restent de mêmes signes que dans le Modèle 2, sauf le niveau de scolarité ($\beta=.0680087$, erreur-type=.0063731) et le revenu familial ($\beta=-1.41e-07$, erreur-type= $9.24e-08$). Le niveau de scolarité devient un facteur positif alors que le revenu familial (le capital financier) devient négatif et non significatif. Aussi, nous remarquons que les valeurs du maximum de vraisemblance (Log-likelihood) et du pseudo R^2 de ce troisième modèle, -406163.861 et 0.225, sont améliorées par rapport à celles du Modèle 2. En plus, le résultat du test de spécification (LR test du modèle 2 par rapport au modèle 3) égale 67304.9, nous permet de rejeter l'hypothèse nulle qui stipule que le pays et l'année sont conjointement nuls : ce troisième modèle a un pouvoir explicatif plus grand que le Modèle 2.

Avec l'ajout de l'interaction entre le statut d'ex-entrepreneur et la période avant la crise, le Modèle 3 devient le Modèle 4. Le résultat de cette interaction ($\beta=-.031857$, erreur-type=.0273771) montre que c'est un facteur négatif et non significatif : les ex-entrepreneurs ne sont ni plus ni moins enclins que les autres pour lancer une entreprise,

en période de croissance économique. C'est-à-dire que l'influence de l'ex-entrepreneur avant la crise sur l'intention d'entreprendre est moins que quand on considère avant la crise par rapport les deux autres périodes. Cela veut dire qu'en période de croissance du cycle économique, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur n'influence pas l'intention d'entreprendre, et cette période de croissance économique ne favorise pas l'entrepreneur en série.

Par ailleurs, tous les autres résultats de ce modèle sont pareils à ceux du modèle précédent, par exemple : les gens avec l'expérience entrepreneuriale ont toujours plus de l'intention de créer une nouvelle entreprise que les personnes qui n'en ont pas, et les gens dans cette période de croissance économique ont moins de l'intention de créer une nouvelle entreprise. Les valeurs du maximum de vraisemblance (Log-likelihood) et du pseudo R^2 de ce troisième modèle, -406163,184 et 0,225, indiquent une amélioration légère sur le maximum de vraisemblance par rapport celui du Modèle 3. Donc, nous découvrons que le Modèle 4 est le meilleur jusqu'à présent.

Le Modèle 5 confirme les résultats de Modèle 4, lorsqu'on tient compte de l'interdépendance entre les résidus prédictifs chez les individus d'un même pays. Cette approche nous fournit des écarts-types robustes permettant une inférence statistique valide sur nos coefficients. Nous constatons que les coefficients des modèles 4, 5 sont identiques, mais les écarts-types sont beaucoup augmentés. Par exemple, dans le Modèle 4, les résultats du statut d'ex-entrepreneur ($\beta=.8078054$, erreur-type=.0127203), de la période de croissance économique ($\beta=-.2031067$, erreur-type=.0175463) et d'interaction sur les deux ($\beta=-.031857$, erreur-type=.0273771) deviennent $\beta=.8078054$ et erreur-type=.0404973, $\beta=-.2031067$ et erreur-type=.1032457 et $\beta=-.031857$ et erreur-type=.0726668 respectivement. En plus, les degrés de significativité de la période avant la crise sont différents, soit à 5% dans le Modèle 5 comparativement à 1% dans le Modèle 4. En concluant, ces changements nous indiquent qu'il y a hétéroscédasticité lorsque la variance des non observables change selon les différents segments de la population, ces

segments étant déterminés par les différentes valeurs des variables explicatives. La prise en compte de cette hétéroscédasticité nous amène au Modèle 6.

Le Modèle 6 tient compte de l'hétéroscédasticité possible découlant causée par des variables explicatives omises, mais corrélées avec la variable du niveau de revenu : cette variable a un effet positif et quasi significatif (à 10%) dans la régression ($\beta=5.75e-07$, erreur-type= $3.30e-07$), suggérant que les gens à revenu familial plus élevé étaient plus enclins à créer une nouvelle entreprise que ceux à revenu moins élevé, ce dans la période de croissance économique. Sauf le niveau de revenu, tous les résultats des autres variables ont peu varié par rapport à ceux du Modèle 5, par exemple : les valeurs du statut d'entrepreneur ($\beta=.8078054$, erreur-type= $.0404973$) deviennent $\beta=.8209494$ et erreur-type= $.041832$; pour la période avant la crise ($\beta=-.2031067$, erreur-type= $.1032457$), les valeurs changent comme $\beta=-.2061296$ et erreur-type= $.1046799$; les résultats de l'interaction sur les deux variables précédentes ($\beta=-.031857$, erreur-type= $.0726668$) deviennent $\beta=-.0376966$ et erreur-type= $.0741649$. Enfin, en comparant le maximum de vraisemblance entre le Modèle 6 (-406136.875) et le Modèle 5 (-406163.184), nous avons aussi trouvé que ce modèle oglm offre un ajustement légèrement meilleur aux données que le modèle Logit qui le précédait.

Tableau 4 : Analyse hiérarchique de l'estimation de l'intention d'entreprendre avant la Grande Récession

Variables indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Ex-entrepreneur	1.227211** (.0100046)	1.024069** (.0107)	.8009974** (.011293)	.8078054** (.0127203)	.8078054** (.0404973)	.8209494** (.041832)
Pre-crise	-.5325348** (.0062567)	-.4723361** (.006625)	-.2051089** (.0174653)	-.2031067** (.0175463)	-.2031067* (.1032457)	-.2061296* (.1046799)
Ex-entrepreneur * Pre-crise				-.031857 (.0273771)	-.031857 (.0726668)	-.0376966 (.0741649)
Niveau de scolarité	-.1082464** (.0053534)	-.1075371** (.0056947)	.0680087** (.0063731)	.068031** (.006373)	.068031** (.019917)	.0693767** (.0198957)
Connaître un entrepreneur	.9099587** (.005035)	.4666455** (.0055061)	.4841786** (.0058916)	.4842091** (.0058917)	.4842091** (.0362732)	.4919381** (.0366114)
Revenu familial	9.95e-07** (8.06e-08)	-6.28e-07** (8.63e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.41e-07 (3.21e-07)	-6.60e-07 (5.18e-07)
Âge		-.035927** (.0002097)	-.030264** (.0002221)	-.0302645** (.0002221)	-.0302645** (.0012713)	-.0306835** (.0012896)
Homme		.1791127** (.0055321)	.243755** (.0058546)	.2437969** (.0058547)	.2437969** (.0192855)	.2473869** (.0197353)
Détection d'opportunité		.7714851** (.0054235)	.5728496** (.005883)	.5728591** (.005883)	.5728591** (.0304711)	.5820839** (.0313538)
Compétence entrepreneuriale		1.031403** (.0060091)	.9779934** (.0064175)	.9780525** (.0064177)	.9780525** (.0397094)	.9915295** (.0386499)
Peur de l'échec		-.2489404** (.0057065)	-.1787402** (.0060313)	-.178705** (.0060314)	-.178705** (.0254489)	-.18138** (.0253951)
Statut de travail- chômeurs		.2662707** (.007186)	.2081619** (.0076946)	.2081918** (.0076947)	.2081918** (.0399781)	.2111621** (.0398054)
Statut de travail- retraités		-.2773808** (.0088722)	-.2676849** (.0093023)	-.2676488** (.0093023)	-.2676488** (.027881)	-.2692831** (.0283809)
Pays	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
Années	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
constante	-1.55314** (.0044288)	-.9260027** (.0110833)	-1.727323** (.0238692)	-1.727893** (.0238741)	-1.727893** (.0773599)	1.740086** (.0784582)
Insigma gemhhinc						5.75e-07+ (3.30e-07)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	61374.6	168990.4	236295.3	236296.6	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-493624.200	-439816.275	-406163.861	-406163.184	-406163.184	-406136.875
Pseudo-R ²	0.059	0.161	0.225	0.225	0.225	0.225

Notes : Les valeurs constituant le corps du tableau sont les coefficients de régression où les seuils de significativité sont + p<0,10, * p<0,05, ** p<0,01

4.1.2. Les analyses des modèles de régression logistique pendant la Grande Récession de 2008 et 2009

Comme le tableau précédent, le tableau 5 ci-dessous montre les résultats de régression des six modèles afin d'en étudier l'impact sur l'intention de créer une nouvelle entreprise, ce durant la grande crise économique. Ces résultats nous permettent de tester l'hypothèse 1 et 2b, et nous les présentons selon le même canevas que celui utilisé précédemment pour les données d'avant la crise.

Le Modèle 1 exploite cinq variables indépendantes : le statut d'ex-entrepreneur, la période pendant la crise, le niveau de scolarité, connaître un entrepreneur et le revenu familial. La contribution du statut « d'ex-entrepreneurs » ($\beta=1.239867$, erreur-type =.009958) est positive et significative, confirmant que les ex-entrepreneurs ont toujours plus d'intention de créer une nouvelle entreprise. On constate toutefois que les gens (en général) ont moins l'intention d'entreprendre durant la crise ($\beta=-.0986859$, erreur-type=.0072947). Quant au niveau de scolarité ($\beta=-.1317879$, erreur-type=.0053265), c'est un facteur négatif et significatif, les hauts niveaux de scolarité rendant les gens moins aventureux. Au contraire, connaître un entrepreneur est un facteur positif et significatif ($\beta=.9006731$, erreur-type=.005014), tout comme le revenu familial ($\beta=1.85e-06$, erreur-type=7.98e-08). Enfin, les valeurs Log-LR et pseudo R^2 de ce premier modèle, -497379.500 et 0.051, sont plutôt petites, ouvrant la voie à l'ajout d'autres variables explicatives dans les modèles suivants.

En ajoutant l'âge, le sexe, la détection d'opportunité, la compétence entrepreneuriale, la peur de l'échec et les statuts de travail, le Modèle 1 devient le Modèle 2. Les coefficients de régression pour ce modèle montrent quelques changements. Pour les cinq premières variables indépendantes, le signe des coefficients et leur significativité sont restés les mêmes, excepté pour le revenu familial, qui passe à 10% dans le Modèle 2 par rapport 1% dans le modèle précédent.

Pour les variables ajoutées à cette régression, les résultats sont analogues à ceux observés dans le tableau 4. L'âge ($\beta = -.0365829$, erreur-type=.0002089), la peur de l'échec ($\beta = -.2341486$, erreur-type=.0056865) et le statut de travail « retraité » ($\beta = -.2607737$, erreur-type=.0088519) sont des facteurs négatifs et significatifs à 1% pour l'intention de créer une nouvelle entreprise. Par contre, les résultats des variables « sexe » ($\beta = .1811528$, erreur-type=.0055137), « détection d'opportunité » ($\beta = .7731213$, erreur-type=.0054123), « compétence entrepreneuriale » ($\beta = 1.039336$, erreur-type=.0059974) et statut de travail « en chômage » ($\beta = .2905192$, erreur-type=.007155) dénotent des facteurs positifs et significatifs à 1%.

Enfin, les résultats de notre estimation du maximum de vraisemblance (-442441,217) et le pseudo R^2 (0,156) attestent que notre Modèle 2 est plus puissant que le Modèle 1. D'ailleurs, le résultat du test de spécification (LR test = 109876.6) aussi permet de rejeter l'hypothèse que le modèle 2 n'ajoute rien à la puissance explicative du modèle 1. Malgré cet intéressant résultat, nous décidons d'introduire les effets fixes dans notre modèle de régression, soit le pays et l'année d'enquête, ce qui nous amène à notre troisième modèle de régression.

Comme pour les précédents modèles, les résultats du Modèle 3 confirment que les ex-entrepreneurs sont plus susceptibles de créer une nouvelle entreprise que les nouveaux ($\beta = .8009974$, erreur-type=.011293). Cependant, par contraste avec le Modèle 2, la valeur de la période pendant la grande crise devient positive et significative à 1% ($\beta = .3111549$, erreur-type=.0186303), c'est-à-dire que cette période de crise pousse les gens d'entreprendre une nouvelle aventure.

Parmi toutes les autres variables explicatives, le niveau de scolarité devient positif et significatif ($\beta = .0680087$, erreur-type =.0063731) alors le revenu familial cesse d'être significatif ($\beta = -1.41e-07$, erreur-type =9.24e-08). Les autres prédicteurs ont les mêmes sens et significativités que dans le Modèle 2.

D'ailleurs, les résultats du test de spécification (test LR-Modèle 3 – LR-Modèle 2 = 72554.7) et du pseudo R^2 (0,225) montrent la plus grande efficacité du Modèle 3 pour expliquer l'intention de créer une nouvelle entreprise. Cependant, afin d'atteindre notre objectif de recherche, on ajoute l'interaction du statut d'ex-entrepreneur et la période pendant la crise, ce qui nous conduit aux modèles 4, 5 et 6.

En regardant les résultats du Modèle 4, nous voyons d'abord que le statut d'ex-entrepreneur reçoit un plus fort coefficient ($\beta=.8401517$, erreur-type = .0122683) que dans le Modèle 3 ($\beta=.8009974$, erreur-type=.011293), coefficient que vient corriger l'interaction du statut avec la période pendant la crise, interaction elle aussi significative à 1 %, avec un effet négatif ($\beta=-.2540307$, erreur-type=.0310032). L'indication ici est double : d'abord, les ex-entrepreneurs sont substantiellement plus enclins que les nouveaux à lancer une nouvelle entreprise durant la crise, mais cette crise refrène tout de même quelque peu leur enthousiasme, comme en témoigne l'effet négatif d'interaction constaté, c'est-à-dire pendant cette période de crise économique, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur influence négativement l'intention d'entreprendre. Les résultats des autres variables sont peu différents de ceux du Modèle 3. L'efficacité prédictive globale (selon le Log LR et le pseudo R^2) de ce modèle ne se démarque pas significativement par rapport au modèle 3 précédent.

Comme on peut voir au Tableau 5, les ajustements apportés aux calculs de régression dans les modèles 5 et 6 n'ont substantiellement rien changé aux résultats, indiquant que ni la corrélation possible des résidus prédictifs (Modèle 5) ni la prise en compte d'une hétéroscédasticité possible (Modèle 6) n'ont amélioré ou modifié les résultats.

Tableau 5 : Analyse hiérarchique de l'estimation de l'intention d'entreprendre pendant la Grande Récession

Variables indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Ex-entrepreneur	1.239867** (.009958)	1.032691** (.0106631)	.8009974** (.011293)	.8401517** (.0122683)	.8401517** (.0392919)	.8517749** (.0405325)
Dur-crise	-.0986859** (.0072947)	-.0589753** (.0077617)	.3111549** (.0186303)	.3308643** (.0187715)	.3308643** (.1079645)	.3339537** (.1100637)
Ex-entrepreneur * Dur-crise				-.2540307** (.0310032)	-.2540307** (.0741478)	-.2550582** (.0754001)
Niveau de scolarité	-.1317879** (.0053265)	-.132844** (.0056672)	.0680087** (.0063731)	.0680481** (.0063733)	.0680481** (.0199493)	.0693599** (.0199236)
Connaître un entrepreneur	.9006731** (.005014)	.454666** (.0054873)	.4841786** (.0058916)	.4842051** (.0058919)	.4842051** (.0362735)	.4917761** (.0366454)
Revenu familial	1.85e-06** (7.98e-08)	1.49e-07+ (8.54e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.39e-07 (9.24e-08)	-1.39e-07 (3.21e-07)	-6.47e-07 (5.19e-07)
Âge		-.0365829** (.0002089)	-.030264** (.0002221)	-.0302641** (.0002221)	-.0302641** (.0012719)	-.0306746** (.001291)
Homme		.1811528** (.0055137)	.243755** (.0058546)	.2439297** (.005855)	.2439297** (.0193021)	.2474386** (.0197419)
Détection d'opportunité		.7731213** (.0054123)	.5728496** (.005883)	.5729874** (.0058832)	.5729874** (.030453)	.5820246** (.0313366)
Compétence entrepreneuriale		1.039336** (.0059974)	.9779934** (.0064175)	.977982** (.0064177)	.977982** (.0397301)	.9911787** (.0387234)
Peur de l'échec		-.2341486** (.0056865)	-.1787402** (.0060313)	-.178586** (.0060316)	-.178586** (.0254664)	-.1812134** (.0254212)
Statut de travail- chômeurs		.2905192** (.007155)	.2081619** (.0076946)	.2081831** (.0076951)	.2081831** (.0400141)	.2110824** (.0398484)
Statut de travail- retraités		-.2607737** (.0088519)	-.2676849** (.0093023)	-.2675554** (.0093024)	-.2675554** (.0278757)	-.2691643** (.0283688)
Pays	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
Années	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
Constante	-1.670541** (.0042952)	-1.024026** (.0109775)	-1.932432** (.0254858)	-1.934894** (.0254927)	-1.934894** (.0951075)	1.950039** (.0954235)
Lnsigma						
Gemhhinc						5.63e-07+ (3.28e-07)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	53864.0	163740.6	236295.3	236362.5	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-497379.500	-442441.217	-406163.861	-406130.263	-406130.263	-406105.002
Pseudo-R ²	0.051	0.156	0.225	0.225	0.225	0.225

Notes : Les valeurs constituant le corps du tableau sont les coefficients de régression où les seuils de significativité sont + p<0,10, * p<0,05, ** p<0,01

4.1.3. Les analyses des modèles de régression logistique pendant la reprise économique

Le tableau 6 ci-dessous présente les résultats de régression des modèles, pour prédire l'intention de créer une nouvelle entreprise pendant la reprise économique. Ces résultats nous permettent de tester la première hypothèse lancée (Hypothèse 1 et Hypothèse 2c). Nous les présentons successivement.

Quatre facteurs du Modèle 1 sont significatifs et positifs, soit « statut d'ex-entrepreneur » ($\beta = 1.236029$, erreur-type = .0100064), « post-crise » ($\beta = .4514003$, erreur-type = .0052971), « revenu familial » ($\beta = 1.24e-06$, erreur-type = $8.04e-08$) et « connaître un entrepreneur » ($\beta = .9163022$, erreur-type = .0050389). Cependant, comme dans certains modèles précédents, le niveau de scolarité apparaît comme facteur négatif et significatif ($\beta = -.1077854$, erreur-type = .0053554), les gens plus scolarisés ayant moins l'intention de créer une nouvelle entreprise. Le Log LR et le pseudo R^2 de ce modèle 1 sont respectivement -493739,078 et 0,058, soit relativement faibles quoique significatifs, à l'instar des Modèles 1 des tableaux précédents.

Le Modèle 2 se trouve meilleur que le 1 en constatant son résultat global, soit Log LR = -440098,242 et pseudo $R^2 = 0,161$. Le test de spécification (LR test du Modèle 2 – LR du Modèle 1 = 107281.7), significatif à 1%, atteste la bonne tenue de ce modèle.

Le statut d'ex-entrepreneur et la période de reprise économique sont restés des prédicteurs positifs et significatifs à 1% pour la variable dépendante. D'ailleurs, l'âge ($\beta = -.0358951$, erreur-type = .0002096), le niveau de scolarité ($\beta = -.1098037$, erreur-type = .0056934), la peur d'échec ($\beta = -.2454444$, erreur-type = .005704), le revenu familial ($\beta = -3.56e-07$, erreur-type = $8.59e-08$) et le statut de travail (retraité) ($\beta = -.2666878$, erreur-type = .0088649) sont des facteurs négatifs et significatifs à 1%. Au contraire, les résultats

des variables « sexe » ($\beta = .1815204$, erreur-type=.0055304), « connaître un entrepreneur » ($\beta = .4728655$, erreur-type=.0055097), « détection d'opportunité » ($\beta = .7587744$, erreur-type=.0054252), « compétence entrepreneuriale » ($\beta = 1.041687$, erreur-type=.0060096) et « statut de travail - chômage » ($\beta = .2766024$, erreur-type=.0071791) se révèlent des facteurs positifs et significatifs à 1%, notamment l'état de chômage encouragent les gens de créer une nouvelle entreprise.

Avec l'ajout deux facteurs fixes : le pays et l'année, le Modèle 3 est formé. Les résultats de l'estimation de ce modèle suggèrent que le statut d'ex-entrepreneur reste encore un facteur explicatif positif et particulièrement fort, significatif au seul de 1% ($\beta = .8009974$, erreur-type= .011293) sur la probabilité d'entreprendre une nouvelle affaire. En plus, on note que la période de reprise économique est aussi un facteur positif et significatif ($\beta = .2051089$, erreur-type = .0174653) : elle encourage les gens à démarrer une nouvelle entreprise. Par rapport au modèle précédent, il n'y a que le revenu familial qui devient non-significatif alors qu'il l'était à 1% dans le Modèle 2 ; toutes les autres variables ont gardé leur signe et leur significativité. Quant aux indices globaux Log LR et pseudo R^2 , on obtient respectivement -406163,861 et 0,225, le Modèle 3 ressortant définitivement meilleur que le Modèle 2, comme l'atteste aussi le test de spécification entre ces deux modèles (LR test = 67868.8, significatif à 1%). Encore une fois, pour compléter notre démarche, l'examen de l'interaction avec le statut d'ex-entrepreneur s'impose, nous amenant au Modèle 4.

Le résultat le plus intéressant et distinctif du Modèle 4 concerne le statut d'ex-entrepreneur ($\beta = .6956318$, erreur-type = .0185919), la période de la reprise économique ($\beta = .1947525$, erreur-type = .0175136), et leur interaction positive et significative ($\beta = .1666663$, erreur-type = .0233262). Les ex-entrepreneurs sont tout en restant plus susceptibles de recommencer l'aventure entrepreneuriale que les débutants. Toutefois la reprise économique y ajoute un stimulus spécifique, grâce à l'interaction positive observée, c'est-à-dire pendant cette période de reprise de la Grande Récession, la vigilance

entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur influence positivement l'intention d'entreprendre. Enfin, le Log LR et le pseudo R^2 sont -406138,291 et 0,225, semblables à ceux du Modèle 3, le présent modèle n'étant guère mieux, mais confirmant en même temps la robustesse de ce dernier.

Semblablement aux résultats obtenus pour les données avant et pendant la crise, les Modèles 5 et 6 n'apportent pas de changements significatifs par rapport aux modèles précédents, notamment le Modèle 3 : seuls quelques détails de significativité des coefficients apparaissent.

Tableau 6 : Analyse hiérarchique de l'estimation de l'intention d'entreprendre pendant la reprise économique

Variables indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Ex-entrepreneur	1.236029** (.0100064)	1.030494** (.0106965)	.8009974** (.011293)	.6956318** (.0185919)	.6956318** (.0610208)	.7048333** (.0612753)
Post-crise	.4514003** (.0052971)	.3841655** (.0056289)	.2051089** (.0174653)	.1947525** (.0175136)	.1947525+ (.104349)	.1978935+ (.1057977)
Ex-entrepreneur * Post-crise				.1666663** (.0233262)	.1666663* (.0733073)	.1710681* (.074924)
Niveau de scolarité	-.1077854** (.0053554)	-.1098037** (.0056934)	.0680087** (.0063731)	.0681549** (.006373)	.0681549** (.019941)	.0695078** (.0199209)
Connaitre un entrepreneur	.9163022** (.0050389)	.4728655** (.0055097)	.4841786** (.0058916)	.4843535** (.0058919)	.4843535** (.0362385)	.4921302** (.0365888)
Revenu familial	1.24e-06** (8.04e-08)	-3.56e-07** (8.59e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.38e-07 (9.24e-08)	-1.38e-07 (3.21e-07)	-6.61e-07 (5.19e-07)
Âge		-.0358951** (.0002096)	-.030264** (.0002221)	-.0302665** (.0002221)	-.0302665** (.0012711)	-.0306881** (.0012896)
Homme		.1815204** (.0055304)	.243755** (.0058546)	.2440881** (.0058551)	.2440881** (.019294)	.2477012** (.0197453)
Détection d'opportunité		.7587744** (.0054252)	.5728496** (.005883)	.5729885** (.0058832)	.5729885** (.0304606)	.5822741** (.0313474)
Compétence entrepreneuriale		1.041687** (.0060096)	.9779934** (.0064175)	.9782992** (.0064178)	.9782992** (.0396624)	.9918583** (.0385896)
Peur de l'échec		-.2454444** (.005704)	-.1787402** (.0060313)	-.1784548** (.0060318)	-.1784548** (.0254872)	-.1811433** (.0254405)
Statut de travail- chômeurs		.2766024** (.0071791)	.2081619** (.0076946)	.2083324** (.0076954)	.2083324** (.0399875)	.2113163** (.039819)
Statut de travail- retraités		-.2666878** (.0088649)	-.2676849** (.0093023)	-.2674089** (.0093026)	-.2674089** (.0278887)	-.2690549** (.0283932)
Pays	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
Années	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
constante	-1.970907** (.0055449)	-1.294292** (.0116963)	-1.932432** (.0254858)	-1.926591** (.0254865)	-1.926591** (.0958246)	1.94201** (.0960779)
Insigma gemhhinc						5.78e-07+ (3.31e-07)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	61144.8	168426.5	236295.3	236346.4	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-493739.078	-440098.242	-406163.861	-406138.291	-406138.291	-406111.639
Pseudo-R ²	0.058	0.161	0.225	0.225	0.225	0.225

Notes : Les valeurs constituant le corps du tableau sont les coefficients de régression où les seuils de significativité sont + p<0,10, * p<0,05, ** p<0,01

4.2. L'ESTIMATION DE LA VALIDATION DES HYPOTHÈSES

Par notre hypothèse 1, nous avons suggéré que le capital humain spécifique d'un ex-entrepreneur est positivement associé à l'intention d'entreprendre, quel que soit la phase du cycle économique. Rappelant nos résultats (d'après les Modèles 6) « le statut d'ex-entrepreneur » avant, pendant et après la crise, sont ($\beta=.8209494$, écart-type=.041832), ($\beta=.8517749$, écart-type=.0405325) et ($\beta=.7048333$, écart-type=.0612753) respectivement. Ils sont tous positifs et significatifs au seuil de significativité de 1%. C'est-à-dire que peu importe la période du cycle économique, les ex-entrepreneurs sont plus susceptibles de démarrer une nouvelle entreprise que les gens qui n'ont pas le capital humain spécifique d'une récente sortie entrepreneuriale. L'hypothèse 1 est donc vérifiée.

Notre hypothèse 2 stipulait que la vigilance entrepreneuriale est un facteur procyclique, celle d'un ex-entrepreneur devrait être en phase avec le cycle économique, qui est activée en période d'ajustement des marchés. Cette hypothèse mène à trois principaux corollaires qui ont l'objet de notre analyse empirique.

Selon notre hypothèse 2a, en période de croissance du cycle économique précédant la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur n'influence pas l'intention d'entreprendre. Les résultats (selon le Modèle 6) « ex-entrepreneurs * pre-crise » ($\beta=-.0376966$, écart-type=.0741649) montrent que l'effet est légèrement négatif, mais non-significatif. Ça signifie que les ex-entrepreneurs de cette période de croissance économique ne sont ni plus ni moins enclins que les autres pour lancer une entreprise. Donc, la période précédant la crise ne favorise pas d'entrepreneur en série, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur n'influence pas l'intention d'entreprendre dans cette période de croissance du cycle économique. L'hypothèse 2a est donc vérifiée.

Concernant notre hypothèse 2b, en période de décroissance instable du cycle économique, c'est-à-dire pendant la période de la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur influence négativement l'intention d'entreprendre.

En effet, l'effet de l'interaction entre l'ex-entrepreneur et la période de la crise est négatif et significatif, selon les résultats « ex-entrepreneurs * dur-crise » ($\beta = -.2550582$, écart-type = .0754001) du modèle 6. C'est-à-dire que les ex-entrepreneurs de cette période de la Grande Récession sont fortement moins susceptibles de démarrer une entreprise que les autres. La vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur est activée par cette période de crise économique, et elle influence négativement l'intention d'entreprendre, confirmant donc hypothèse 2b.

Notre hypothèse 2c est en période de croissance instable du cycle économique, c'est-à-dire pendant la période de reprise de la Grande Récession, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur influence positivement l'intention d'entreprendre. Nos résultats (selon le Modèle 6) « ex-entrepreneurs * post-crise » ($\beta = .1710681$, écart-type = .074924) montrent effectivement l'effet positif et significatif de ce facteur et contrairement que celui pendant la crise. Ça nous indique les gens ayant quitté leur entreprise après la Grande Récession sont plus de la volonté d'entreprendre que les autres. L'hypothèse 2c est donc vérifiée.

4.3. UN RÉSUMÉ DES RÉSULTATS

Le tableau 7 ci-dessous rapporte la moyenne des effets marginaux de nos deux variables principales, soit le statut d'ex-entrepreneur et l'indicateur du cycle économique pour chacune des estimations du Modèle 6 des Tableaux 4, 5, et 6.

Tableau 7 : résumé de l'analyse hiérarchique de l'estimation des modèles logit et probit en expliquant l'intention de créer une nouvelle entreprise (d'après les Modèles 6)

Modèle	Variable	Avant la crise	Pendant la crise	Après la crise
logit	Analyses Logit			
		M6 : effet marginal	M6 : effet marginal	M6 : effet marginal
	Statut d'ex-entrepreneur	.1081282** (.005437)	.1122128** (.0052962)	.0928172** (.0078775)
	Période considérée	-.0271496** (.0137426)	.043995** (.0143689)	.0260599** (.0138888)
	Analyses Probit			
probit		M6 : effet marginal	M6 : effet marginal	M6 : effet marginal
	Statut d'ex-entrepreneur	.1103956** (.0055889)	.1144875** (.0055512)	.0961554** (.0080335)
	Période	-.0284554** (.0129424)	.0427671** (.0138797)	.0275134** (.0130993)

Note : Le seul de significativité sont ** de $P < 0,01$ (1%).

Tel qu'attendu, les différentes phases du cycle économique ont des effets significatifs sur l'intention d'entreprendre de même que ceux du statut d'ex-entrepreneur, au niveau de significativité conventionnel de 1%. L'effet de la période avant la crise pour l'intention de démarrer une nouvelle entreprise est de 2.7% moins élevé celui de deux autres périodes, l'effet pendant la crise montre un avantage de 4.4% que celui des périodes avant et après la crise pour lancer une entreprise, et l'effet de la période reprise économique accroît de 2.6% l'intention d'entreprendre par rapport à celui de deux autres périodes.

La moyenne des effets marginaux estimés pour l'intention de démarrer une nouvelle entreprise montre que le capital humain spécifique d'un 'ex-entrepreneur' accroît

la probabilité d'avoir l'intention de démarrer une entreprise de respectivement 10.8%, 11.2% et 9.3% avant, pendant et après la crise, par rapport aux gens n'ayant pas l'expérience d'une sortie entrepreneuriale récente. Les effets, significatifs au seuil de significativité de 1%, sont valables pour les différentes spécifications et peuvent donc être considérés robustes à travers les différentes spécifications des modèles. Même si les différences sont relativement mineures, on retiendra que l'effet positif d'une expérience récente d'une sortie entrepreneuriale est maximal lors de la Grande Récession et minimal en période de reprise.

5. DISCUSSION

Cette partie présente d'abord une discussion des résultats vis-à-vis de l'objectif principal de l'étude et des hypothèses, suivie d'un énoncé des limites de cette étude et de pistes possibles pour de recherches futures.

5.1. DISCUSSION DES RÉSULTATS

À la lumière des résultats, les ex-entrepreneurs manifestent clairement plus d'intérêt à démarrer une nouvelle entreprise par rapport aux gens qui n'ont pas d'expérience récente de sortie entrepreneuriale, et ce dans toutes les périodes du cycle économique. Donc, le capital humain spécifique associé à une récente sortie entrepreneuriale favorise l'intention d'entreprendre. C'est un résultat corroboré chez plusieurs auteurs. Par exemple, Hessels, Grilo, Thurik et van der Zwan (2011) ont utilisé les données de 2004-2006 du GEM et atteignent la même conclusion, soit les personnes qui ont l'expérience d'une sortie entrepreneuriale au cours des 12 derniers mois ont une plus grande probabilité d'être impliquées dans l'entrepreneuriat potentiel, intentionnel, naissant, jeune ou établi que les autres, et une sortie récente diminue la probabilité *de ne pas entreprendre* d'activité. Plusieurs études attestent que l'expérience entrepreneuriale précédente a un rôle important pour augmenter l'intention de démarrer une nouvelle entreprise. Aussi, les auteurs allèguent que les ex-entrepreneurs ont une meilleure performance entrepreneuriale que les novices. Ce grâce à leur capital humain spécifique, tels l'expérience entrepreneuriale, la connaissance des clients et des fournisseurs, l'acquisition et l'organisation de ressources, les réseaux de contacts ainsi que des informations spécifiques au marché : ils sont plus susceptibles de devenir entrepreneurs de série et mieux outillés pour ce faire (Amaral, Baptista et Lima, 2011; Sarasvathy, Menon et Kuechle, 2013). Lafontaine et Shaw (2016) pensent que l'expérience antérieure a un effet très important sur le succès réel d'une entreprise, constatant par exemple que,

pour les propriétaires de petites entreprises dans la vente au détail, l'entrepreneuriat en série devient plus efficace lorsqu'il est répété. La vigilance et la détection des opportunités et l'habileté à les poursuivre dans une expérience entrepreneuriale sont un avantage pour créer une nouvelle entreprise (Amaral et Baptista, 2007). En bref, ces recherches appuient la thèse principale de la théorie autrichienne : le capital humain spécifique d'un ex-entrepreneur favorise la vigilance entrepreneuriale et lui donne plus de capacité à détecter les opportunités inexploitées des marchés (Endres et Woods, 2006; I. M. Kirzner, 2009). Et finalement, il a plus de l'intention d'entreprendre que les autres qui n'ont pas d'expérience entrepreneuriale précédente, peu importe la phase du cycle économique.

Pendant les trois périodes du cycle économique, il s'avère que les gens ont plus l'intention de démarrer une nouvelle entreprise pendant et après la crise financière qu'avant la crise. D'ailleurs, l'intention de créer une nouvelle entreprise est quelque peu anticyclique (Fairlie et Fossen, 2018). Cette conclusion est avalisée par Fairlie (2013), qui constate que la fièvre entrepreneuriale augmente pendant les périodes de récession. À cause de la crise, on observe nombre de fermetures d'entreprises et de licenciements, le taux de chômage s'élève et, pour les gens qui préfèrent le salariat, il est plus difficile de trouver un boulot que dans les autres périodes : la solution entrepreneuriale apparaît alors logique et plus attractive. Une étude de Lafontaine et Shaw (2016) semble confirmer ce point de vue précédent. Après l'étude de trois récessions survenues entre 1990 et 2011, ils concluent que les entreprises ouvertes pendant les récessions sont moins susceptibles de fermer. L'entrepreneuriat est plus sélectif durant la récession, c'est-à-dire que les entrepreneurs ne poursuivent que des idées commerciales très prometteuses. Ainsi, la plus grande chance de succès d'une initiative pourrait et devrait inciter les gens à l'entrepreneuriat durant cette période difficile.

Notre hypothèse 2a prévoyait que la période de croissance économique défavorise l'entrepreneur en série, et la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur n'influence pas l'intention d'entreprendre pendant cette période : les données, quoique non

statistiquement significatives, vont dans ce sens. Bien évidemment, les gens sortis de leur entreprise pendant la période de croissance économique sont plutôt dans une situation ‘volontaire’, tandis que les sorties entrepreneuriales pendant en période de la crise ou de reprise sont plutôt involontaires. En effet, selon De Hoe, Giacomini et Janssen (2016), les individus ayant quitté involontairement leur entreprise précédente sont plus susceptibles de retenter leur chance que ceux ayant interrompu volontairement leurs activités. En quittant délibérément leur entreprise, les ex-entrepreneurs de la période de croissance économique peuvent décider soit de prendre un peu de temps pour eux avant de se lancer dans un nouveau projet, soit de quitter définitivement l’entrepreneuriat pour d’autres projets, la sortie entrepreneuriale volontaire se conjuguant ordinairement avec une rentrée financière. Les ex-entrepreneurs de cette période ont (légèrement) moins d’incitation à entreprendre une nouvelle affaire, même s’ils possèdent le capital humain spécifique et le capital financier appropriés. Selon la théorie autrichienne, la vigilance entrepreneuriale d’un ex-entrepreneur ne serait activée qu’en état de déséquilibres du marché (I. Kirzner, 1973; I. M. Kirzner, 1997, 1999; Tang, Kacmar et Busenitz, 2012; Sharma, 2018). Dans cette période de la fin du cycle de croissance économique, les conditions du marché solliciteraient moins la vigilance entrepreneuriale.

Par ailleurs, notre Hypothèse 2b avait prévu que pendant la crise, la vigilance entrepreneuriale d’un ex-entrepreneur influence négativement l’intention d’entreprendre, même si les ex-entrepreneurs de cette période sont moins susceptibles de créer une nouvelle entreprise que ceux des autres périodes. Comme discuté pour l’hypothèse 2a, les gens ayant quitté leur entreprise dans cette période de crise l’auraient probablement fait de façon involontaire et ils auraient pu subir, en même temps, des pertes financières conséquentes due à la crise. Le manque vraisemblable de capital financier peut avoir un effet sur la probabilité qu’un entrepreneur débutant devienne un entrepreneur en série (Plehn-Dujowich, 2010). En plus, dans cette période de crise financière et économique, il prévaut une contrainte de liquidité intense, les ex-entrepreneurs ayant du mal à trouver des sources d’investissement en raison de la frilosité financière typique de cette période.

Autrement dit, la Grande Récession a causé un déséquilibre soudain et sans précédent dans le marché : l'environnement de marché étant radicalement changé. Et selon la théorie autrichienne, comme on l'a mentionné au paragraphe précédent, la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur ne serait catalysée qu'en situation de déséquilibre du marché, et elle alerte un ex-entrepreneur de ne pas entreprendre pendant cette période de crise économique. Malgré tout, et suivant (Lafontaine et Shaw, 2016), les ex-entrepreneurs qui quittent leur entreprise durant une récession devraient être encouragés à envisager une nouvelle aventure, car ils auront plus de chances d'y avoir du succès.

Notre hypothèse 2c avait prévu que les gens ont l'expérience d'une sortie entrepreneuriale récente en période de reprise économique ont plus l'intention d'en créer une nouvelle comparativement aux ex-entrepreneurs des deux autres périodes. Les résultats confirment essentiellement que la vigilance entrepreneuriale d'un ex-entrepreneur de cette période influence positivement l'intention d'entreprendre. Selon Plehn-Dujowich (2010), une diminution des salaires ou du coût d'un démarrage en série, ou une augmentation du capital de démarrage ont des effets favorables et évidents sur la probabilité qu'un entrepreneur débutant devienne un entrepreneur en série. L'auteur pense aussi que les entrepreneurs coincés avec des entreprises en mauvaise posture (financière ou commerciale) ont plus de chances de devenir les entrepreneurs de série. Évidemment, la récession peut occasionner une diminution des salaires et du coût de démarrage de même que malmener la valeur ou la compétitivité d'une entreprise, ces conditions étant un peu similaires dans les périodes de crise et reprise. La situation est différente en ce qui concerne le capital financier entre les périodes de crise et de reprise. En période de récession, les entrepreneurs sortants avec une perte de financière substantielle ne peuvent pas obtenir facilement des investissements en raison de la frilosité du marché déjà mentionnée. Grâce aux politiques publiques mises en place qui visent à relancer l'économie (ex. politique monétaire expansive), les ex-entrepreneurs peuvent être poussés à créer une nouvelle entreprise grâce à des taux d'intérêt plus bas, des politiques d'investissements publics dans les infrastructures ou des programmes d'aide au démarrage

d'entreprise. En abaissant le coût du crédit, la négociation sur des capitaux de risque devient plus facile (Sundin et Tillmar, 2011) de sorte que les ex-entrepreneurs en période de reprise, déjà plus aguerris que les novices, récoltent plus de capital de démarrage que les entrepreneurs sortis d'entreprise pendant la crise. Cressy (2000) mentionne que l'incertitude et le risque peuvent influencer l'intention de créer une nouvelle entreprise, ces deux facteurs étant bien différents entre ces deux périodes. C'est peut-être pourquoi l'effet d'interaction diffère entre les périodes du cycle économique.

Un autre point de vue a trait à la contrainte de liquidité. Selon Evans et Jovanovic (1989), seuls les individus avec de hautes compétences entrepreneuriales et de faibles actifs sont influencés par la contrainte de liquidité puisqu'ils sont précisément ceux qui ont le plus l'intention de créer une nouvelle entreprise. La moyenne des effets marginaux du capital humain spécifique des ex-entrepreneurs confirme que ces derniers ont de hautes compétences, peu importe la période de leur récente sortie entrepreneuriale. Mais les ex-entrepreneurs d'avant la crise pourraient ne pas avoir perdu autant de richesse que ceux qui l'ont fait pendant la crise. Ils n'auraient pas eu autant besoin d'utiliser leur expérience entrepreneuriale pour créer une nouvelle entreprise en période de croissance. Autrement dit, la vigilance entrepreneuriale n'est peut-être pas activée pendant les périodes de croissance économique relativement stable, une possibilité qui est fortement contestée par l'école autrichienne des marchés. Au contraire, les gens ayant quitté leur entreprise pendant la reprise économique ont pu perdre une plus grande part de leur richesse ; ainsi, avec la contrainte de liquidité et l'expérience entrepreneuriale activeraient la vigilance entrepreneuriale en période de reprise économique instable et contribuer à la détection des opportunités inexplorées du marché (I. M. Kirzner, 1997, 1999; Endres et Woods, 2006). Bref, la théorie autrichienne de l'entrepreneuriat étant relativement ambiguë sur la prépondérance des déséquilibres de marchés entre une période de croissance stable et une période de reprise de la croissance économique, l'influence de la vigilance entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre à différentes périodes d'une phase de croissance est largement une question empirique à ce stade-ci. Ce point de vue explique

l'une des contributions des résultats obtenus, soit que la période de reprise économique serait celle qui favorise le plus la vigilance entrepreneuriale.

5.2. LIMITES

Même si nous avons mis toute la rigueur possible dans cette étude, il existe encore plusieurs limites qui doivent être signalées.

Tout d'abord, nous avons distingué les trois périodes du cycle économique, avant la grande crise (2002-2007), pendant la grande crise (2008-2009) et après la crise (2010-2014). La durée officielle de la grande crise économique court à partir de décembre 2007 jusqu'à juin 2009 (Fairlie, 2013). Il faut noter que les répondants interrogés par GEM le sont dans les mois d'avril, mai et juin de chaque année et, pour les ex-entrepreneurs, la sortie entrepreneuriale devait avoir eu lieu dans les 12 mois précédant l'interrogation. Donc, il est certain que des répondants notés 'pendant la crise' sont sortis d'entreprise avant la date initiale décrétée pour la crise économique, et de même que des répondants notés 'après la crise' : ce flou des frontières temporelles est inévitable et a peu brouillé quelque peu les données obtenues.

Ensuite, notre variable dépendante rapporte l'intention (déclarée) de créer une nouvelle entreprise. Il serait encore plus probant de réaliser des analyses semblables à celles rapportées ici en utilisant une variable relative à une création ou une recréation d'entreprise effective ? De plus, notre première variable indépendante (le statut d'ex-entrepreneur) n'indique pas de quel type de sortie entrepreneuriale il s'agit, c'est-à-dire s'agit-il d'une sortie volontaire et involontaire ? Étant donné l'influence probable du type de sortie entrepreneuriale sur la contrainte de liquidité d'un ex-entrepreneur, l'effet de la vigilance entrepreneuriale sur l'intention de démarrage pourrait être différent selon le type de sortie entrepreneuriale.

Puis, dans nos résultats, le pseudo R^2 optimal obtenu est 0,225, donc loin de 1, indiquant symboliquement que d'autres facteurs sont impliqués dans l'intention d'entreprendre, comme les caractéristiques de personnalité et la situation familiale et financière des répondants qui ont vraisemblablement un impact sur l'intention de créer. L'ajout de deux facteurs fixes, le pays et l'année, a contribué à hisser le pseudo R^2 de 0,161 à 0,225, indiquant que ces facteurs portent aussi une part notable d'influence sur l'intention de créer.

Enfin les données, qui provenant d'un questionnaire, sont des mesures auto-rapportées, lesquelles peuvent comporter et comportent certainement des biais, comme celui de la désirabilité sociale ou de la compréhension variable des questions posées. Certains répondants peuvent se montrer trop optimistes (ou pessimistes) ou trop confiants (ou méfiants) par rapport à leurs compétences entrepreneuriales et leur capacité à détecter de nouvelles opportunités, ainsi que l'aveu de la peur d'échec peut être plus ou moins sincère chez les répondants, tous ces éléments ayant une influence probable sur la réponse (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Ces limites nous amènent à proposer des pistes de recherche futures.

5.3. RECHERCHE FUTURE

Cette étude a permis de concevoir quelques pistes de recherche qui pourraient de prolonger nos travaux.

Premièrement, en nous inspirant de nos résultats, à savoir que l'effet de la période économique, notamment la période de crise, active la vigilance entrepreneuriale, puis agit sur l'intention de créer une nouvelle entreprise chez les ex-entrepreneurs, observerions-nous un phénomène semblable pour l'effet de certains autres déterminants ?

Par exemple, est-ce que l'effet de peur de l'échec sur les ex-entrepreneurs pendant la crise est plus important que lors des deux autres périodes sur cycle ? En plus, supposant que le capital de départ a des effets concurrents sur la probabilité qu'un entrepreneur novice récidive dans une nouvelle entreprise (Plehn-Dujowich, 2010), nous pourrions scruter le rôle d'une combinaison de la richesse personnelle avec les différences périodes économiques sur l'intention d'entreprendre. Aussi, nous pouvons remplacer 'le statut d'ex-entrepreneur' par une autre variable dans le GEM qui distingue chaque type de sortie entrepreneuriale, pour avoir l'interaction entre les types de sortie et les périodes, et finalement comparer l'effet de chaque type de sortie entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre. Quant aux traits de personnalité, outre la peur, le capital psychologique pourrait aider les entrepreneurs à poursuivre leur carrière entrepreneuriale ou bien leur nuire (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Il serait donc intéressant de voir dans quelle mesure le capital psychologique diffère selon l'entrepreneur ait évolué durant une croissance économique, une crise ou dans la reprise, et dans quelle mesure aussi il a un impact sur l'intention de s'y aventurer une autre fois. De plus, la confiance personnelle des ex-entrepreneurs est un élément clé pour l'intention de recréer et la pour réussite de ce projet. Une étude montre que la confiance excessive après la première mise en marche peut entraîner l'échec au moment du redémarrage, et que la sous-confiance retient l'entrepreneur de redémarrer (Nielsen et Sarasvathy, 2016). Étant donné que les ex-entrepreneurs ont plus de capacité de détecter les opportunités inexploitées dans le marché, une autre perspective serait d'utiliser la variable de reconnaissance d'opportunités entrepreneuriales comme variable dépendante plutôt que l'intention, car elle soulève la possibilité d'une relation causale inverse entre la vigilance entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre en période de déséquilibre. Par ailleurs, il serait aussi intéressant de poursuivre l'analyse de l'effet de la Grande Récession sur l'intention de créer chez les entrepreneurs naissants.

Deuxièmement, dans les résultats de nos modèles, généralement, les coefficients (constants) associés aux pays moins développés sont plus élevés que ceux des pays développés. Une analyse multiniveaux pourrait alors tester l'effet de la culture et du type d'économie, c'est-à-dire le niveau de développement du pays, sur l'intention de créer une nouvelle entreprise après une sortie entrepreneuriale (De Hoe, Giacomini et Janssen, 2016). Dans certains pays par exemple, les femmes ont plus l'intention de créer une entreprise que les hommes, alors que, dans les pays développés, les hommes sont plus susceptibles de choisir une carrière entrepreneuriale que les femmes (Parker, 2004). La grande crise économique a touché plusieurs pays, surtout en Amérique du Nord et en Europe : il s'agirait alors de classer les pays selon le degré d'influence subie par la crise financière et comparer entre les catégories le taux d'entrepreneuriat en série. Un autre angle d'attaque a rapport au vieillissement des populations, un fait marquant de l'évolution des sociétés des pays développés (Maâlaoui, Fayolle, Castellano, Rossi et Safraou, 2012), or les pays dont la population est significativement biaisée vers des cohortes de jeunes ou de personnes vieillissantes semblent présenter un faible niveau d'activité entrepreneuriale (Lévesque et Minniti, 2011). Nous pourrions ici évaluer l'intention de créer une nouvelle entreprise entre les pays selon le profil démographique de leurs populations.

Troisièmement, le phénomène de la vigilance entrepreneuriale des entrepreneurs de série dans les secteurs différents serait également une piste intéressante pour la recherche. La Grande Récession a touché plusieurs secteurs, les secteurs finance, assurance, immobilier, services aux entreprises étant les plus touchés. L'industrie manufacturière a été fortement affectée pendant que les secteurs de la construction et agricoles l'ont été moins (Dupaigne et Portier, 2012). Nous pourrions estimer l'effet de la vigilance entrepreneuriale qui est activée par la grande crise sur la volonté de l'entrepreneur en série dans ces secteurs différents, par exemple les gens avec une sortie entrepreneuriale dans un secteur pourraient avoir plus de volonté de se relancer que ceux d'autres secteurs, ou encore, si la sortie a été négative, l'ex-entrepreneur pourrait avoir tendance à tenter sa chance dans un secteur différent. Ces recherches fourniraient de

précieuses indications sur le phénomène de la vigilance entrepreneuriale de l'entrepreneuriat en série et ses impacts sectoriels.

Finalement, dans cette étude, nous utilisons la théorie autrichienne avec la contrainte de liquidité pour réaliser notre objectif, peut-être il y a d'autres modèles entrepreneuriaux qui peuvent davantage expliquer les résultats, comme la combinaison du modèle d'Azjen avec les modèles sur le risque et l'incertitude.

6. CONCLUSION

Les chercheurs se sont intéressés aux entrées et aux sorties d'entreprise depuis plusieurs décennies. Cette recherche s'intéresse à ceux qu'on appelle les « serial entrepreneurs », ou les entrepreneurs en série, ceux qui affichent un taux de succès de démarrage d'entreprise de 25,6% plus élevé au Texas (Lafontaine et Shaw, 2016), tout comme les 18 à 30% des ex-entrepreneurs en Europe (Plehn-Dujowich, 2010). Est-ce que la Grande Récession a réduit les ardeurs des entrepreneurs en série ? Est-ce que les individus qui ont une expérience récente de sortie entrepreneuriale ont plus ou moins l'intention de se lancer en affaire que ceux qui n'ont pas cette expérience, et démontrent-ils une plus grande vigilance entrepreneuriale pendant une récession ?

Le présent mémoire a mis en examen les facteurs susceptibles d'encourager l'intention de créer une nouvelle entreprise, et particulièrement l'effet d'interaction entre les différentes phases de la plus récente grande crise économique, la Grande Récession de 2008 et 2009, et le capital humain spécifique d'entrepreneurs ayant une expérience récente de sortie entrepreneuriale. En plus de l'expérience récente avec une sortie entrepreneuriale, une analyse empirique des facteurs relatifs au comportement entrepreneurial tels que le capital humain général, le capital humain spécifique, le capital financier et le capital social de l'entrepreneur, des facteurs sociodémographiques comme le sexe et l'âge de l'entrepreneur, et des facteurs environnementaux et institutionnels fixes (pays et année) aura révélé une relation procyclique modérée entre la vigilance entrepreneuriale et l'intention de démarrer une entreprise.

Pour établir la relation entre la vigilance entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre, nous avons analysé l'effet d'interaction entre le capital humain spécifique lié à une sortie entrepreneuriale récente d'un entrepreneur et la phase du cycle économique. Pour les besoins de ce mémoire, nous avons mobilisé près d'un million d'observations d'individus de l'Enquête de la population adulte du *Global Entrepreneurship Monitor*

(GEM) de 2002 à 2014. En recourant à une analyse hiérarchisée de modèles de régression logistique de ces données, il s'est alors avéré que la Grande Récession aurait activé la vigilance entrepreneuriale des ex-entrepreneurs.

Nos résultats montrent d'abord que les personnes ayant quitté leur entreprise ont généralement plus l'intention d'en créer une nouvelle que les gens qui n'ont pas d'expérience entrepreneuriale. Par ailleurs, d'après nos résultats, l'analyse a montré que les périodes de la grande crise et de la reprise économique favorisent l'entrepreneuriat; ce qui concorde avec les études précédentes (Fairlie et Fossen, 2018). D'après les auteurs précédents, en période de croissance économique le niveau d'entrepreneuriat est souvent stagnant, voire équilibré, mais en période de crise, les personnes sont beaucoup plus innovantes et cherchent à entreprendre pour améliorer leur situation.

Nos données mettent enfin l'accent sur l'effet de la grande de crise économique de 2008 et 2009 sur l'entrepreneur en série : pendant la reprise économique, l'intention de lancer une nouvelle affaire après une sortie d'entreprise est plus forte que durant la période de croissance économique ou pendant la grande crise, la reprise économique favorisant donc l'entrepreneur en série. Ces résultats vont dans le même sens que les études montrant que la contrainte de liquidité touche surtout les ex-entrepreneurs de la période de reprise économique : en favorisant une vigilance entrepreneuriale par une expérience entrepreneuriale précédente, activée par l'état de déséquilibre des conditions du marché (I. M. Kirzner, 1997; Endres et Woods, 2006) , les ex-entrepreneurs avec une capacité élevée à détecter les opportunités les opportunités inexploitées du marché, mais de faibles actifs, sont les plus susceptibles de vouloir entreprendre la récréation (I. Kirzner, 1973; Evans et Jovanovic, 1989; I. M. Kirzner, 1997, 1999; Cressy, 2000).

Nous avons atteint nos objectifs en estimant l'effet de la grande crise sur l'intention d'entreprendre chez les ex-entrepreneurs. La contribution principale de cette étude est son identification de l'existence de l'effet par la Grande Récession au phénomène de

redémarrage. En contribution originale de cette recherche, nous avons montré que la vigilance entrepreneuriale, favorisée par une expérience entrepreneuriale antérieure est fortement associée à une intention de créer une nouvelle entreprise, cela après la grande crise, comparativement à avant et pendant celle-ci.

Le développement économique est cyclique et instable, avec des périodes de prospérité, de récession et de reprise (Pyhrr, Roulac et Born, 1999), et nos résultats appellent les gouvernements à jeter un nouveau regard sur cette catégorie d'entrepreneurs, les entrepreneurs de série, et sur le rôle crucial qu'ils jouent dans les différentes phases du cycle économique. Il s'agirait alors d'ajuster les programmes publics afin de mieux cerner et de répondre aux besoins de ces personnes particulières, dans le but de favoriser une croissance économique soutenue.

BIBLIOGRAPHIES

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations: technology, governance, globalization*, 1(1), 97-107.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Amaral, A. M., et Baptista, R. (2007). *Serial entrepreneurship: differentiating direct from latent re-entrants*(No. 2007, 044). Jena economic research papers.
- Amaral, A. M., Baptista, R., et Lima, F. (2011). Serial entrepreneurship: impact of human capital on time to re-entry. *Small Business Economics*, 37(1), 1-21.
- Andersen, S., et Nielsen, K. M. (2012). Ability or finances as constraints on entrepreneurship? evidence from survival rates in a natural experiment. *The Review of Financial Studies*, 25(12), 3684-3710.
- Bachenheimer, B., Isaak, R., et Isaak, A. (2014). Reaching for Scalable Entrepreneurship: Implications for Growth and Job Creation. 39-62.
- Blanchflower, D. G. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour economics*, 7(5), 471-505.
- Blanchflower, D. G., et Oswald, A. J. (1998). What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26-60.
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its impact on entrepreneurship research. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
- Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261-283.
- Constant, A. F., et Zimmermann, K. F. (2004). Self-employment dynamics across the business cycle: migrants versus natives(No. 1386). Institute for the Study of Labor (IZA).
- Cossette, J., Mélançon, S., et Desbiens, C. (2010). *Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec: un regard sur 2013 et 2018: Développement économique, innovation, exportation*, Direction générale des communications et des services à la clientèle.

- Cressy, R. (2000). Credit rationing or entrepreneurial risk aversion? An alternative explanation for the Evans and Jovanovic finding. *Economics Letters*, 66(2), 235-240.
- Davidsson, P. (2005). What Is Entrepreneurship? *Researching Entrepreneurship*, 1-16. New York: Springer.
- Davidsson, P., et Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- De Hoe, R., Giacomini, O., et Janssen, F. (2016). *Sortie entrepreneuriale et déterminants explicatifs de l'intention de recréer*. Paper presented at the 13ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME).
- De Meza, D., et Southey, C. (1996). The borrower's curse: optimism, finance and entrepreneurship. *The Economic Journal*, 375-386.
- DeTienne, D. R. (2010). Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 203-215.
- DeTienne, D. R., et Cardon, M. (2008). Entrepreneurial exit strategies: The impact of human capital. In *Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC)*.
- DeTienne, D. R., et Chandler, G. N. (2010). The impact of motivation and causation and effectuation approaches on exit strategies. *Frontiers of entrepreneurship research*, vol. 30, no 1, p. 1.
- DeTienne, D. R., et Chirico, F. (2013). Exit strategies in family firms: How socioemotional wealth drives the threshold of performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(6), 1297-1318.
- DeTienne, D. R., McKelvie, A., et Chandler, G. N. (2015). Making sense of entrepreneurial exit strategies: A typology and test. *Journal of Business Venturing*, 30(2), 255-272.
- Diez, F. J. (2014). *The Great Recession, entrepreneurship, and productivity performance* (No. 14-8). Federal Reserve Bank of Boston.
- Douhan, R., Eliasson, G., et Henrekson, M. (2007). Israel M. Kirzner: An outstanding Austrian contributor to the economics of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 29(1-2), 213-223.
- Duhamel, M., Erogul, M., Greidanus, N.S., et St-Jean, E. (2016). Senior Entrepreneurship: Empirical Evidence of the Effect of Aging on Entrepreneurial Intent. *61st*

International Council for Small Business (ICSB) World Conference. New-York (USA).

- Dunn, T., et Holtz-Eakin, D. (2000). Financial capital, human capital, and the transition to self-employment: Evidence from intergenerational links. *Journal of Labor Economics*, 18(2), 282-305.
- Dupaigne, M., et Portier, F. (2012). La «Grande Récession»: une mise en perspective. *Revue d'économie politique*, 122(6), 791-809.
- Eesley, C. E. (2009). Entrepreneurial ventures from technology-based universities: A cross-national comparison. Disponible à SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1420225> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1420225>.
- Eggers, J., et Song, L. (2015). Dealing with failure: Serial entrepreneurs and the costs of changing industries between ventures. *Academy of Management Journal*, 58(6), 1785-1803.
- Endres, A. M., et Woods, C. R. (2006). Modern theories of entrepreneurial behavior: A comparison and appraisal. *Small Business Economics*, 26(2), 189-202.
- Evans, D. S., et Jovanovic, B. (1989). An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of political economy*, 97(4), 808-827.
- Fairlie, R. W. (2013). Entrepreneurship, economic conditions, and the great recession. *Journal of Economics & Management Strategy*, 22(2), 207-231.
- Fairlie, R. W., et Fossen, F. M. (2018). *Opportunity versus Necessity Entrepreneurship: Two Components of Business Creation*. CESifo Working Paper Series No. 6854.
- Fairlie, R. W., et Holleran, W. (2012). Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 366-378.
- Fayolle, J. (1993). Décrire le cycle économique. *Revue de l'OFCE*, 45(1), 161-197.
- Gaglio, C. M., et Katz, J. A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, 16(2), 95-111.
- Glaeser, E. L., Kerr, W. R., et Ponzetto, G. A. (2010). Clusters of entrepreneurship. *Journal of urban economics*, 67(1), 150-168.
- Gompers, P., Kovner, A., Lerner, J., et Scharfstein, D. (2010). Performance persistence in entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 96(1), 18-32.

- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61.
- Hemphill, J. F. (2003). Interpreting the magnitudes of correlation coefficients. *Journal of Counseling Psychology*, 29, 58-65.
- Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R., et van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3), 447-471.
- Hisrich, R., Peters, M., et Shepherd, D. (2005). Entrepreneurship with OLC. *Illinois: McGraw Hill*.
- Holmes, T. J., et Schmitz Jr, J. A. (1996). Managerial tenure, business age, and small business turnover. *Journal of Labor Economics*, 14(1), 79-99.
- Holtz-Eakin, D., Joulfaian, D., et Rosen, H. S. (1993). *Entrepreneurial decisions and liquidity constraints* (No. w4526). National Bureau of Economic Research.
- Hurst, E., et Lusardi, A. (2004). Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship. *Journal of political economy*, 112(2), 319-347.
- Hyytinen, A., et Ilmakunnas, P. (2007). What distinguishes a serial entrepreneur? *Industrial and corporate change*, 16(5), 793-821.
- Kihlstrom, R. E., et Laffont, J.-J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of political economy*, 87(4), 719-748.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1983). Entrepreneurs and the Entrepreneurial Function: A Commentary (1983). *Entrepreneurship: Where Did It Come From, and Where Is It Going?*, Vol. , p. 281-290. Disponible à SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1497768>.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85.
- Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *The Review of Austrian Economics*, 11(1-2), 5-17.
- Kirzner, I. M. (2009). The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics*, 32(2), 145-152.

- Klein, P. G., et Bylund, P. L. (2014). The place of Austrian economics in contemporary entrepreneurship research. *The Review of Austrian Economics*, 27(3), 259-279.
- Kohler, U., et Kreuter, F. (2005). *Data analysis using Stata*: Stata press.
- Lafontaine, F., et Shaw, K. (2016). Serial entrepreneurship: Learning by doing? *Journal of Labor Economics*, 34(S2), S217-S254.
- Langowitz, N., et Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lasch, F., Le Roy, F., et Yami, S. (2005). Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC. *Revue française de gestion*(2), 37-56.
- Lazear, E. P. (2004). Balanced skills and entrepreneurship. *American Economic Review*, 94(2), 208-211.
- Lévesque, M., et Minniti, M. (2011). Age matters: how demographics influence aggregate entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(3), 269-284.
- Maâlaoui, A., Fayolle, A., Castellano, S., Rossi, M., et Safraou, I. (2012). L'entrepreneuriat des seniors. *Revue française de gestion*, 38(227), 69-80.
- Minniti, M. (2004). Entrepreneurial alertness and asymmetric information in a spin-glass model. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 637-658.
- Nielsen, K., et Sarasvathy, S. (2011). *Who re-enters entrepreneurship? And who ought to? An empirical study of success after failure*. Paper presented at the Dime-Druid Academy, Winter Conference in Aalborg, Denmark.
- Nielsen, K., et Sarasvathy, S. D. (2016). A market for lemons in serial entrepreneurship? Exploring type I and type II errors in the restart decision. *Academy of Management Discoveries*, 2(3), 247-271.
- Parker, S. C. (2004). *The economics of self-employment and entrepreneurship*: Cambridge University Press.
- Parker, S. C. (2009). Why do small firms produce the entrepreneurs? *The Journal of Socio-Economics*, 38(3), 484-494.
- Plehn-Dujowich, J. (2010). A theory of serial entrepreneurship. *Small Business Economics*, 35(4), 377-398.

- Pott, O., et Pott, A. (2012). Entrepreneurship. *Unternehmensgründung, unternehmerisches Handeln und rechtliche Aspekte, Heidelberg.*
- Pyhrr, S., Roulac, S., et Born, W. (1999). Real estate cycles and their strategic implications for investors and portfolio managers in the global economy. *Journal of real estate research, 18(1), 7-68.*
- Read, S., et Sarasvathy, S. D. (2005). Knowing what to do and doing what you know: Effectuation as a form of entrepreneurial expertise. *The Journal of Private Equity, 45-62.*
- Sarasvathy, S. D., Menon, A. R., et Kuechle, G. (2013). Failing firms and successful entrepreneurs: Serial entrepreneurship as a temporal portfolio. *Small Business Economics, 40(2), 417-434.*
- Schlaegel, C., et Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice, 38(2), 291-332.*
- Shane, S. (2011). The great recession's effect on entrepreneurship. *Economic Commentary Federal Reserve Bank of Cleveland.*
- Shapero, A., et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship, Vol. , p. 72-90.*
- Sharma, L. (2018). A systematic review of the concept of entrepreneurial alertness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies.*
- Shrader, R. C., Oviatt, B. M., et McDougall, P. P. (2000). How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century. *Academy of Management Journal, 43(6), 1227-1247.*
- Stam, E., Audretsch, D., et Meijaard, J. (2008). Renascent entrepreneurship. *Journal of Evolutionary Economics, 18(3-4), 493-507.*
- Sundin, E., et Tillmar, M. (2011). *Pushed into serial entrepreneurship.* Paper presented at the ICSB World Conference Proceedings.
- Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 14(3), 128-151.*

- Tang, J., Kacmar, K. M. M., et Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- Toft-Kehler, R., Wennberg, K., et Kim, P. H. (2014). Practice makes perfect: Entrepreneurial-experience curves and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 453-470.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., et Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358.
- Valliere, D. (2013a). Entrepreneurial alertness and paying attention. *Journal of Enterprising Culture*, 21(01), 1-17.
- Valliere, D. (2013b). Towards a schematic theory of entrepreneurial alertness. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 430-442.
- Vereshchagina, G., et Hopenhayn, H. A. (2009). Risk taking by entrepreneurs. *American Economic Review*, 99(5), 1808-1830.
- Verstraete, T., et Fayolle, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1), 33-52.
- Wennberg, K. (2011). Entrepreneurial exit. Disponible à SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1825113> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1825113>.
- Wennberg, K., et DeTienne, D. R. (2014). What do we really mean when we talk about 'exit'? A critical review of research on entrepreneurial exit. *International Small Business Journal*, 32(1), 4-16.
- Wennberg, K., Wiklund, J., DeTienne, D. R., et Cardon, M. S. (2010). Reconceptualizing entrepreneurial exit: Divergent exit routes and their drivers. *Journal of Business Venturing*, 25(4), 361-375.
- Williams, R. (2010). Estimating heterogeneous choice models with oglm. *The Stata Journal*, 10(4), 540-567.
- Yu, L., Orazem, P. F., et Jolly, R. W. (2014). Entrepreneurship over the business cycle. *Economics Letters*, 122(2), 105-110.

ANNEXE A1 : RÉSULTATS DÉTAILLÉS DES ANALYSES EMPIRIQUES (logit)

Tableau A1-1 : Résultats détaillés des analyses empiriques (logit) : Avant la crise

Variables indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Statut d'ex-entrepreneurs	1.227211** (.0100046)	1.024069** (.0107)	.8009974** (.011293)	.8078054** (.0127203)	.8078054** (.0404973)	.8209494** (.041832)
Pre-crise	-.5325348** (.0062567)	-.4723361** (.006625)	-.2051089** (.0174653)	-.2031067** (.0175463)	-.2031067** (.1032457)	-.2061296* (.1046799)
Ex-entrepreneur * Pre-crise				-.031857 (.0273771)	-.031857 (.0726668)	-.0376966 (.0741649)
Niveau de scolarité	-.1082464** (.0053534)	-.1075371** (.0056947)	.0680087** (.0063731)	.068031** (.006373)	.068031** (.019917)	.0693767** (.0198957)
Connaître un entrepreneur	.9099587** (.005035)	.4666455** (.0055061)	.4841786** (.0058916)	.4842091** (.0058917)	.4842091** (.0362732)	.4919381** (.0366114)
Revenu familial	9.95e-07** (8.06e-08)	-6.28e-07** (8.63e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.41e-07 (3.21e-07)	-6.60e-07 (5.18e-07)
Âge		-.035927** (.0002097)	-.030264** (.0002221)	-.0302645** (.0002221)	-.0302645** (.0012713)	-.0306835** (.0012896)
Homme		.1791127** (.0055321)	.243755** (.0058546)	.2437969** (.0058547)	.2437969** (.0192855)	.2473869** (.0197353)
Détention d'opportunité		.7714851** (.0054235)	.5728496** (.005883)	.5728591** (.005883)	.5728591** (.0304711)	.5820839** (.0313538)
Compétence entrepreneuriale		1.031403** (.0060091)	.9779934** (.0064175)	.9780525** (.0064177)	.9780525** (.0397094)	.9915295** (.0386499)
Peur de l'échec		-.2489404** (.0057065)	-.1787402** (.0060313)	-.178705** (.0060314)	-.178705** (.0254489)	-.18138** (.0253951)
Statut de travail- chômeurs		.2662707** (.007186)	.2081619** (.0076946)	.2081918** (.0076947)	.2081918** (.0399781)	.2111621** (.0398054)
Statut de travail- retraités		-.2773808** (.0088722)	-.2676849** (.0093023)	-.2676488** (.0093023)	-.2676488** (.027881)	-.2692831** (.0283809)
Pays						
Russia			-1.107201** (.0540233)	-1.107071** (.0540244)	-1.107071** (.0284929)	-1.132431** (.028062)
Egypt			.9830814** (.0395906)	.9831731** (.0395931)	.9831731** (.0363005)	.9933305** (.0401975)
South Africa			-.1849083** (.0315108)	-.1849691** (.0315111)	-.1849691** (.0278311)	-.1902051** (.0288858)
Greece			.0026604 (.0334643)	.0026749 (.0334637)	.0026749 (.0155399)	-.0008395 (.0162502)
Netherlands			-.5377246** (.0333652)	-.5378318** (.033365)	-.5378318** (.0087579)	-.5550602** (.0145723)
Belgium			-.2226491** (.0362116)	-.2228673** (.0362116)	-.2228673** (.0186499)	-.2289784** (.0206536)
France			.0230796 (.0326629)	.0230958 (.0326617)	.0230958 (.0141072)	.023846+ (.0141901)
Spain			-.6675012** (.021486)	-.6676354** (.0214858)	-.6676354** (.0207323)	-.6804942** (.0252585)
Hungary			.1513289** (.0324502)	.1511228** (.0324505)	.1511228** (.0147791)	.1523164** (.0147728)
Italy			.0095657 (.0437443)	.0096528 (.043744)	.0096528 (.0181704)	.0128024 (.0181971)
Romania			.6360537** (.0349367)	.6360836** (.0349377)	.6360836** (.0211194)	.6444127** (.0211261)
Switzerland			-.4690859** (.0376599)	-.4692534** (.0376586)	-.4692534** (.0197893)	-.4786895** (.0214675)
Austria			-.5030156** (.0501999)	-.5031848** (.0502002)	-.5031848** (.0299529)	-.5117613** (.0307035)
United Kingdom			-.5042285** (.0234608)	-.5043248** (.0234595)	-.5043248** (.040804)	-.5087529** (.0424838)
Denmark			-.7037839** (.0349413)	-.7039707** (.0349396)	-.7039707** (.0298119)	-.7147717** (.0334122)
Sweden			-.4817937**	-.4819965**	-.4819965**	-.4912971**

Norway	(.0371432) -.4394502**	(.0371417) -.4393173**	(.0190398) -.4393173**	(.0212165) -.4500589**
Poland	(.0373267) .4145225**	(.037326) .4144757**	(.0088429) .4144757**	(.0119159) .4200015**
Germany	(.0386777) -.3226161**	(.0386787) -.3226411**	(.0313434) -.3226411**	(.0325524) -.3277961**
Peru	(.0266305) 1.004137**	(.0266296) 1.004255**	(.0102016) 1.004255**	(.0108469) 1.015915**
Mexico	(.0278109) .2336236**	(.0278103) .2337347**	(.0217021) .2337347**	(.0221982) .2374982**
Argentina	(.0293937) .6723701**	(.0293928) .6730142**	(.0214511) .6730142**	(.0224514) .6808864**
Brazil	(.0300894) .6821055**	(.0300914) .682259**	(.0124503) .682259**	(.0143891) .6927236**
Chile	(.0228688) 1.351027**	(.0228688) 1.351097**	(.0310297) 1.351097**	(.0324612) 1.372834**
Colombia	(.0223223) 1.879437**	(.022322) 1.87965**	(.0140202) 1.87965**	(.0209479) 1.910238**
Malaysia	(.0224772) -.5013897**	(.0224777) -.5013896**	(.0268582) -.5013896**	(.0378228) -.5129943**
Australia	(.0391239) -.1968411**	(.0391251) -.1967106**	(.0275939) -.1967106**	(.0274999) -.2029371**
Indonesia	(.0410239) .880597**	(.0410204) .8808178**	(.0252081) .8808178**	(.0250037) .8851879**
Philippines	(.0302277) 1.295724**	(.0302281) 1.295633**	(.0478023) 1.295633**	(.0493241) 1.310888**
New Zealand	(.0359938) .2198759+	(.0359936) .219315+	(.0330961) .219315*	(.0340797) .2214715*
Singapore	(.1156883) .631856**	(.1156595) .6316875**	(.1011681) .6316875**	(.1025811) .6406041**
Thailand	(.0346622) .8290903**	(.03466) .8292217**	(.0240638) .8292217**	(.023489) .8408016**
Japan	(.0272678) -.270665**	(.0272663) -.2706715**	(.016828) -.2706715**	(.0160566) -.2763652**
Korea	(.0434019) .6176638**	(.0434011) .6179539**	(.0271373) .6179539**	(.0285739) .6256807**
Vietnam	(.0344992) .4553675**	(.0344994) .4554764**	(.0203462) .4554764**	(.0218601) .4575935**
China	(.0445029) .9065434**	(.0445052) .9071859**	(.0493164) .9071859**	(.0501168) .9219435**
Turkey	(.0252493) .7644144**	(.0252535) .7643369**	(.0147922) .7643369**	(.0161346) .7753414**
India	(.0245689) .0586854+	(.0245691) .059487+	(.0382869) .059487+	(.0395605) .0601826+
Pakistan	(.0337973) .5924306**	(.0338014) .5926677**	(.0322589) .5926677**	(.0329488) .6011727**
Iran	(.0418408) .6590099**	(.0418427) .6589947**	(.0540227) .6589947**	(.0573332) .6683316**
Canada	(.027259) .0199157	(.0272598) .0198714	(.0325731) .0198714	(.0346729) .0208637
Morocco	(.0441881) .7850901**	(.0441867) .7852997**	(.0235309) .7852997**	(.0238261) .812742**
Algeria	(.1683572) .5528201**	(.1683673) .5527514**	(.0888713) .5527514**	(.0847449) .5573196**
Tunisia	(.0384681) .336018**	(.0384708) .3361288**	(.0458127) .3361288**	(.0472843) .339358**
Libya	(.0833728) 2.104586**	(.0833765) 2.1047**	(.0531859) 2.1047**	(.055231) 2.121513**
Ghana	(.0593952) 1.128012**	(.059399) 1.127434**	(.0525711) 1.127434**	(.0542702) 1.12947**
Nigeria	(.0372619) .6611448**	(.0372679) .6611663**	(.0497225) .6611663**	(.0514355) .6654224**
Angola	(.0344315) 1.601224**	(.0344328) 1.600135**	(.0578949) 1.600135**	(.0596099) 1.623705**
Barbados	(.0470466) .3325707**	(.0470623) .332618**	(.0451659) .332618**	(.0528281) .3338107**

Ethiopia	(.0559056) .0603764 (.049293)	(.0559089) .0604999 (.0492954)	(.0481967) .0604999 (.0729808)	(.0492247) .0589697 (.0741864)
Uganda	1.45433** (.0298028)	1.453513** (.0298132)	1.453513** (.0416827)	1.465823** (.045142)
Zambia	1.220379** (.0407095)	1.21966** (.0407189)	1.21966** (.0551441)	1.240948** (.0623196)
Namibia	6719729** (.0728454)	6717673** (.0728525)	6717673** (.0740137)	6820476** (.0767189)
Malawi	1.593276** (.0455906)	1.592173** (.0456064)	1.592173** (.061016)	1.630006** (.0690507)
Botswana	1.958567** (.0432546)	1.958146** (.04326)	1.958146** (.0514474)	1.966372** (.0538375)
Portugal	2691845** (.0406377)	2694161** (.0406378)	2694161** (.0272563)	2737007** (.0284333)
Luxembourg	4701351** (.0715437)	470308** (.0715486)	470308** (.0460609)	4757464** (.0468541)
Ireland	-4769067** (.0395447)	-476842** (.0395442)	-476842** (.0148158)	-4848446** (.0155309)
Iceland	4145138** (.0351608)	4144444** (.0351579)	4144444** (.0410674)	4203776** (.0405633)
Finland	-4999564** (.038133)	-4999872** (.0381323)	-4999872** (.0136822)	-510091** (.0168492)
Lithuania	6883023** (.0429611)	6884311** (.0429636)	6884311** (.0341629)	6986432** (.0358972)
Latvia	4787694** (.0346453)	4786632** (.0346459)	4786632** (.0174166)	4869976** (.0166503)
Estonia	1968001** (.0567202)	196933** (.0567227)	196933** (.0442869)	2015366** (.0452229)
Serbia	9634825** (.0476243)	9634876** (.0476228)	9634876** (.0652766)	9756783** (.0620191)
Montenegro	1.364507** (.065013)	1.364484** (.0650182)	1.364484** (.077729)	1.385725** (.0870359)
Croatia	2903837** (.0324434)	2902129** (.032443)	2902129** (.0148578)	2928051** (.0143062)
Slovenia	-0363945 (.0334776)	-0366136 (.0334776)	-0366136* (.0160903)	-0374383* (.0164183)
Bosnia and Herzegovina	6456774** (.033105)	6456071** (.033107)	6456071** (.0284752)	6544153** (.0306426)
Macedonia	1.02416** (.0393653)	1.024294** (.0393675)	1.024294** (.0325808)	1.038967** (.0371871)
Czech Republic	0674094 (.0428307)	0674941 (.0428313)	0674941* (.0300491)	069169* (.0302677)
Slovakia	2852432** (.0409326)	2850862** (.0409364)	2850862** (.0404699)	2874009** (.0412885)
Guatemala	5629367** (.0324929)	563115** (.0324941)	563115** (.0352778)	5709674** (.0374807)
El Salvador	8806047** (.053665)	8802434** (.0536709)	8802434** (.0533903)	8882059** (.0554609)
Costa Rica	8439125** (.0400799)	8440891** (.0400818)	8440891** (.0489133)	8547944** (.0528659)
Panama	3325821** (.0333879)	3328052** (.0333893)	3328052** (.0374308)	3363688** (.0384914)
Venezuela	7328678** (.0527211)	7329512** (.0527179)	7329512** (.0439344)	7424363** (.0451238)
Bolivia	1.687557** (.0366768)	1.687558** (.0366786)	1.687558** (.0479141)	1.711436** (.0578037)
Ecuador	1.297809** (.0302631)	1.297793** (.0302644)	1.297793** (.0299281)	1.316752** (.0342841)
Suriname	-6801491** (.0760438)	-6797928** (.0760455)	-6797928** (.0585002)	-6891021** (.0591865)
Uruguay	7047124** (.0309224)	7049276** (.0309226)	7049276** (.0165513)	7154302** (.0169599)
Azores	-3304018+ (.1730435)	-3302667+ (.1730502)	-3302667** (.0778326)	-3423066** (.0749436)
Tonga	-8931001**	-893022**	-893022**	-9120858**

Vanuatu	(.1130601)	(.1130664)	(.0898095)	(.0961571)
	1.654507**	1.6537**	1.6537**	1.677745**
	(.078735)	(.0787496)	(.0770065)	(.0870457)
Kazakstan	2319727**	2323741**	2323741**	2342838**
	(.064768)	(.0647565)	(.0456414)	(.0461447)
Shenzhen	.5071416**	.5071946**	.5071946**	.5118375**
	(.0904584)	(.0904702)	(.0901156)	(.0897437)
Puerto Rico	.2077677**	.207704**	.207704**	.2097991**
	(.0514335)	(.0514336)	(.0323115)	(.0327335)
Dominican Republic	.8448979**	.8452327**	.8452327**	.8576477**
	(.0424495)	(.0424474)	(.0644819)	(.0617065)
Hong Kong	.2506244**	.2510636**	.2510636**	.2537017**
	(.0599653)	(.0599517)	(.0592)	(.0592004)
Trinidad & Tobago	.5849543**	.5851028**	.5851028**	.592685**
	(.0356001)	(.0356017)	(.0440778)	(.04666)
Jamaica	.853696**	.8539306**	.8539306**	.8614303**
	(.0292087)	(.0292081)	(.0226415)	(.0229928)
Bangladesh	.6391067**	.6394505**	.6394505**	.6448382**
	(.0609882)	(.0609899)	(.0628136)	(.0643755)
Taiwan	1.057379**	1.057445**	1.057445**	1.073892**
	(.0328387)	(.0328403)	(.0323902)	(.0369234)
Lebanon	.4923264**	.4925149**	.4925149**	.5036142**
	(.0666242)	(.0666285)	(.0878561)	(.0866711)
Jordan	.8519484**	.8519217**	.8519217**	.8657164**
	(.0654441)	(.0654517)	(.0860927)	(.0845281)
Syria	2.177303**	2.177524**	2.177524**	2.214403**
	(.0772579)	(.077263)	(.0886364)	(.0823379)
Saudi Arabia	.1243786**	.1245474**	.1245474**	.1279149*
	(.0476459)	(.0476486)	(.0487454)	(.0499315)
Yemen	1.199443**	1.19987**	1.19987**	1.218711**
	(.0634882)	(.0634907)	(.0907397)	(.0876847)
West Bank & Gaza Strip	.6873441**	.687247**	.687247**	.6950121**
	(.0370777)	(.0370807)	(.0349964)	(.0373654)
United Arab Emirates	.1982664**	.1986708**	.1986708**	.200724**
	(.0370992)	(.0370963)	(.0353717)	(.0355343)
Israel	.5115188**	.511629**	.511629**	.5188591**
	(.0362144)	(.0362138)	(.0202803)	(.0197798)
Année				
2003	-.3927936**	-.3937295**	-.3937295**	-.3873226**
	(.1373073)	(.1372979)	(.0683214)	(.06948)
2004	.2238049*	.2241926*	.2241926**	.2304551**
	(.0958309)	(.0958111)	(.070326)	(.0713685)
2005	.3944235**	.3948751**	.3948751**	.4011585**
	(.0204852)	(.0204824)	(.0972283)	(.0986665)
2006	.2690763**	.2690781**	.2690781**	.275786**
	(.0185666)	(.0185616)	(.079506)	(.083121)
2007	.3836386**	.3837352**	.3837352**	.3887198**
	(.0189881)	(.0189831)	(.0960588)	(.0985044)
2008	.2486706**	.2486035**	.2486035*	.252845*
	(.0148443)	(.0148458)	(.1011126)	(.1027764)
2009	.106046**	.1059265**	.1059265	.1055658
	(.0139481)	(.0139497)	(.1154801)	(.116809)
2010	-.1445121**	-.1445592**	-.1445592	-.1456717
	(.0123649)	(.012366)	(.0945627)	(.0961902)
2011	.2200419**	.2200377**	.2200377**	.2242553**
	(.0123196)	(.0123205)	(.0774023)	(.0785699)
2012	.215033**	.215048**	.215048**	.2191183**
	(.0113152)	(.0113161)	(.0764614)	(.0775918)
2013	.1574857**	.1575118**	.1575118**	.160736**
	(.0108716)	(.0108724)	(.0545707)	(.0556766)
2014	0	0	0	0
	(.)	(.)	(.)	(.)
constant	-1.55314**	-.9260027**	-1.727323**	-1.727893**
	(.0044288)	(.0110833)	(.0238692)	(.0238741)
				(.0773599)

	(3.30e-07)					
cut1						
constant						1.740086** (.0784582)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	61374.6	168990.4	236295.3	236296.6	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-493624.200	-439816.275	-406163.861	-406163.184	-406163.184	-406136.875
Pseudo-R^2	0.059	0.161	0.225	0.225	0.225	0.225

+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01

Tableau A1-2 : Résultats détaillés des analyses empiriques(logit) : Pendant la crise

Variables indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Statut d'ex-entrepreneurs	1.239867** (.009958)	1.032691** (.0106631)	.8009974** (.011293)	.8401517** (.0122683)	.8401517** (.0392919)	.8517749** (.0405325)
dur-crise	-.0986859** (.0072947)	-.0589753** (.0077617)	.3111549** (.0186303)	.3308643** (.0187715)	.3308643** (.1079645)	.3339537** (.1100637)
Ex-entrepreneur * dur-crise				-.2540307** (.0310032)	-.2540307** (.0741478)	-.2550582** (.0754001)
Niveau de scolarité	-.1317879** (.0053265)	-.132844** (.0056672)	.0680087** (.0063731)	.0680481** (.0063733)	.0680481** (.0199493)	.0693599** (.0199236)
Connaître un entrepreneur	.9006731** (.005014)	.454666** (.0054873)	.4841786** (.0058916)	.4842051** (.0058919)	.4842051** (.0362735)	.4917761** (.0366454)
Revenu familial	1.85e-06** (7.98e-08)	1.49e-07+ (8.54e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.39e-07 (9.24e-08)	-1.39e-07 (3.21e-07)	-6.47e-07 (5.19e-07)
Âge		-.0365829** (.0002089)	-.030264** (.0002221)	-.030264** (.0002221)	-.030264** (.0012719)	-.0306746** (.001291)
Homme		.1811528** (.0055137)	.243755** (.0058546)	.2439297** (.005855)	.2439297** (.0193021)	.2474386** (.0197419)
Détention d'opportunité		.7731213** (.0054123)	.5728496** (.005883)	.5729874** (.0058832)	.5729874** (.030453)	.5820246** (.0313366)
Compétence entrepreneuriale		1.039336** (.0059974)	.9779934** (.0064175)	.977982** (.0064177)	.977982** (.0397301)	.9911787** (.0387234)
Peur de l'échec		-.2341486** (.0056865)	-.1787402** (.0060313)	-.178586** (.0060316)	-.178586** (.0254664)	-.1812134** (.0254212)
Statut de travail- chômeurs		.2905192** (.007155)	.2081619** (.0076946)	.2081831** (.0076951)	.2081831** (.0400141)	.2110824** (.0398484)
Statut de travail- retraités		-.2607737** (.0088519)	-.2676849** (.0093023)	-.2675554** (.0093024)	-.2675554** (.0278757)	-.2691643** (.0283688)
Pays						
Russia			-1.107201** (.0540233)	-1.10674** (.0540261)	-1.10674** (.0285377)	-1.131627** (.0281927)
Egypt			.9830814** (.0395906)	.9838354** (.0395792)	.9838354** (.0360869)	.9937196** (.0398995)
South Africa			-.1849083** (.0315108)	-.1835414** (.0314997)	-.1835414** (.0279751)	-.1887652** (.029026)
Greece			.0026604 (.0334643)	.0014668 (.0334618)	.0014668 (.0156496)	-.0019795 (.0163498)
Netherlands			-.5377246** (.0333652)	-.5379309** (.0333675)	-.5379309** (.0087488)	-.5547915** (.0144992)
Belgium			-.2226491** (.0362116)	-.2235409** (.0362103)	-.2235409** (.0187836)	-.2295058** (.0207262)
France			.0230796 (.0326629)	.0224391 (.0326684)	.0224391 (.0141299)	.0231476 (.0142138)
Spain			-.6675012** (.021486)	-.6696148** (.0214878)	-.6696148** (.0210538)	-.6822163** (.0255335)
Hungary			.1513289** (.0324502)	.1507628** (.0324507)	.1507628** (.0148142)	.1519489** (.0148051)
Italy			.0095657 (.0437443)	.0091492 (.0437429)	.0091492 (.0181702)	.0121934 (.0181817)
Romania			.6360537** (.0349367)	.6345232** (.0349371)	.6345232** (.0211139)	.6426592** (.0210498)
Switzerland			-.4690859** (.0376599)	-.4691695** (.037665)	-.4691695** (.0197877)	-.4784103** (.0213965)
Austria			-.5030156** (.0501999)	-.5030752** (.0502142)	-.5030752** (.0301615)	-.5114636** (.0309087)
United Kingdom			-.5042285** (.0234608)	-.5045632** (.0234607)	-.5045632** (.0407133)	-.5089114** (.0423615)
Denmark			-.7037839** (.0349413)	-.7044734** (.0349425)	-.7044734** (.0298041)	-.7150439** (.0333327)
Sweden			-.4817937** (.0371432)	-.4819916** (.0371531)	-.4819916** (.0189644)	-.4910659** (.021074)

Norway	-4394502** (.0373267)	-43845** (.0373209)	-43845** (.0088979)	-4490094** (.0119204)
Poland	.4145225** (.0386777)	.41444** (.0386892)	.41444** (.0314535)	.4198387** (.0326104)
Germany	-.3226161** (.0266305)	-.3229227** (.0266318)	-.3229227** (.0102339)	-.3279898** (.010877)
Peru	1.004137** (.0278109)	1.004613** (.0278079)	1.004613** (.0216443)	1.016015** (.0220922)
Mexico	.2336236** (.0293937)	.2360217** (.0293899)	.2360217** (.0218008)	.2397342** (.0228073)
Argentina	.6723701** (.0300894)	.6714399** (.0300962)	.6714399** (.0122845)	.6790132** (.0141233)
Brazil	.6821055** (.0228688)	.6818991** (.02287)	.6818991** (.0310257)	.6921066** (.0323623)
Chile	1.351027** (.0223223)	1.350541** (.0223231)	1.350541** (.0139514)	1.371823** (.0207826)
Colombia	1.879437** (.0224772)	1.879267** (.0224786)	1.879267** (.0268169)	1.909184** (.0376341)
Malaysia	-.5013897** (.0391239)	-.5005897** (.0391227)	-.5005897** (.0277702)	-.5119964** (.0277071)
Australia	-.1968411** (.0410239)	-.1976866** (.0410393)	-.1976866** (.0252622)	-.2038215** (.0250322)
Indonesia	.880597** (.0302277)	.8811966** (.0302335)	.8811966** (.0479545)	.8854252** (.0494144)
Philippines	1.295724** (.0359938)	1.293402** (.0360153)	1.293402** (.0328806)	1.308366** (.0337382)
New Zealand	.2198759+ (.1156883)	.2203866+ (.1157375)	.2203866* (.1010332)	.2225992* (.1024476)
Singapore	.631856** (.0346622)	.6321835** (.0346711)	.6321835** (.0239053)	.6409403** (.0233896)
Thailand	.8290903** (.0272678)	.8290535** (.0272737)	.8290535** (.0169606)	.8403564** (.0162259)
Japan	-.270665** (.0434019)	-.2713852** (.0434033)	-.2713852** (.027321)	-.2769736** (.0287284)
Korea	.6176638** (.0344992)	.6187607** (.0344921)	.6187607** (.0202419)	.6263014** (.0217336)
Vietnam	.4553675** (.0445029)	.4553886** (.0445165)	.4553886** (.0493739)	.4574332** (.0501415)
China	.9065434** (.0252493)	.905875** (.0252522)	.905875** (.0144242)	.9202006** (.0156221)
Turkey	.7644144** (.0245689)	.763305** (.0245732)	.763305** (.0382066)	.7740803** (.039396)
India	.0586854+ (.0337973)	.0615502+ (.0337896)	.0615502+ (.032363)	.0620534+ (.0330398)
Pakistan	.5924306** (.0418408)	.5931072** (.0418496)	.5931072** (.0540711)	.6013847** (.057299)
Iran	.6590099** (.027259)	.6585609** (.0272568)	.6585609** (.0324051)	.6676776** (.0344038)
Canada	.0199157 (.0441881)	.0194915 (.0442033)	.0194915 (.0235503)	.0204616 (.023834)
Morocco	.7850901** (.1683572)	.7790265** (.1680869)	.7790265** (.0889894)	.8055587** (.0849241)
Algeria	.5528201** (.0384681)	.5529458** (.0384702)	.5529458** (.0458994)	.5574321** (.0473252)
Tunisia	.336018** (.0833728)	.3347133** (.0833866)	.3347133** (.0529475)	.3378538** (.0549365)
Libya	2.104586** (.0593952)	2.104583** (.0594161)	2.104583** (.0526419)	2.121028** (.0542347)
Ghana	1.128012** (.0372619)	1.124112** (.0372821)	1.124112** (.0494515)	1.126218** (.0511478)
Nigeria	.6611448** (.0344315)	.6606878** (.0344409)	.6606878** (.0579211)	.6648365** (.0595726)
Angola	1.601224** (.0470466)	1.594419** (.0470915)	1.594419** (.0446795)	1.617693** (.0522481)
Barbados	.3325707** (.0559056)	.3322683** (.0559252)	.3322683** (.0482453)	.3334063** (.0492361)

Ethiopia	.0603764 (.049293)	.0606087 (.049307)	.0606087 (.0730971)	.059068 (.0742739)
Uganda	1.45433** (.0298028)	1.453895** (.0298031)	1.453895** (.0422338)	1.466106** (.0456199)
Zambia	1.220379** (.0407095)	1.215738** (.0407418)	1.215738** (.0547931)	1.236707** (.0618648)
Namibia	.6719729** (.0728454)	.6703439** (.0728859)	.6703439** (.0740221)	.6804441** (.0766418)
Malawi	1.593276** (.0455906)	1.586448** (.0456342)	1.586448** (.0604317)	1.623687** (.0682436)
Botswana	1.958567** (.0432546)	1.955571** (.0432791)	1.955571** (.0512773)	1.963706** (.0535625)
Portugal	2.691845** (.0406377)	2.691215** (.0406501)	2.691215** (.0272642)	2.732482** (.0283895)
Luxembourg	.4701351** (.0715437)	.4704594** (.0715708)	.4704594** (.0461381)	.4757444** (.0468837)
Ireland	-.4769067** (.0395447)	-.4768499** (.0395463)	-.4768499** (.0147553)	-.4847094** (.0154855)
Iceland	.4145138** (.0351608)	.4138081** (.035154)	.4138081** (.0411765)	.4196219** (.040688)
Finland	-.4999564** (.0381133)	-.5006597** (.0381344)	-.5006597** (.0137125)	-.5105719** (.0168952)
Lithuania	.6883023** (.0429611)	.6883018** (.0429753)	.6883018** (.0342454)	.6982694** (.0359054)
Latvia	.4787694** (.0346453)	.4776733** (.0346421)	.4776733** (.0175512)	.4858299** (.0167821)
Estonia	.1968001** (.0567202)	.1969204** (.0567344)	.1969204** (.0443674)	.2013978** (.0452563)
Serbia	.9634825** (.0476243)	.9587283** (.0475905)	.9587283** (.0660079)	.970703** (.062759)
Montenegro	1.364507** (.065013)	1.36378** (.0650431)	1.36378** (.0775431)	1.384594** (.0867871)
Croatia	.2903837** (.0324434)	.2892337** (.0324462)	.2892337** (.0149095)	.2917662** (.0143557)
Slovenia	-.0363945 (.0334776)	-.0375888 (.0334794)	-.0375888* (.0162566)	-.0383773* (.0165707)
Bosnia and Herzegovina	.6456774** (.033105)	.6450473** (.0331042)	.6450473** (.0283814)	.6536956** (.03049)
Macedonia	1.02416** (.0393653)	1.024456** (.0393581)	1.024456** (.0323844)	1.038787** (.0368741)
Czech Republic	.0674094 (.0428307)	.0670232 (.0428432)	.0670232* (.0301375)	.0686187* (.0303472)
Slovakia	.2852432** (.0409326)	.2836587** (.0409548)	.2836587** (.0404139)	.2859347** (.0412007)
Guatemala	.5629367** (.0324929)	.5617536** (.0324951)	.5617536** (.0349858)	.5693895** (.0370919)
El Salvador	.8806047** (.053665)	.8779804** (.0536958)	.8779804** (.0532582)	.8858329** (.0552571)
Costa Rica	.8439125** (.0400799)	.8443495** (.0400905)	.8443495** (.0489422)	.8548023** (.0527916)
Panama	.3325821** (.0333879)	.3313628** (.033391)	.3313628** (.0371003)	.3348113** (.0381013)
Venezuela	.7328678** (.0527211)	.731652** (.0527295)	.731652** (.04399)	.7409281** (.0451658)
Bolivia	1.687557** (.0366768)	1.687866** (.0366791)	1.687866** (.047817)	1.711241** (.0575698)
Ecuador	1.297809** (.0302631)	1.297321** (.0302605)	1.297321** (.0298349)	1.315862** (.0340482)
Suriname	-.6801491** (.0760438)	-.6786652** (.0760506)	-.6786652** (.0586945)	-.6878733** (.0594114)
Uruguay	.7047124** (.0309224)	.7059516** (.0309129)	.7059516** (.0164987)	.7161811** (.0168863)
Azores	-.3304018+ (.1730435)	-.3302935+ (.1730817)	-.3302935** (.0776284)	-.3421387** (.0746975)
Tonga	-.8931001** (.1130601)	-.8961223** (.1129008)	-.8961223** (.0897581)	-.9149026** (.0960894)

Vanuatu	1.654507**	1.649288**	1.649288**	1.672972**
	(.078735)	(.0788047)	(.0768541)	(.0868701)
Kazakistan	.2319727**	.2314412**	.2314412**	.2332264**
	(.064768)	(.0648)	(.0452765)	(.0457697)
Shenzhen	.5071416**	.5068145**	.5068145**	.5112349**
	(.0904584)	(.0901246)	(.0898125)	(.0894824)
Puerto Rico	.2077677**	.2079323**	.2079323**	.2099832**
	(.0514335)	(.0514492)	(.0324152)	(.0328253)
Dominican Republic	.8448979**	.8543263**	.8543263**	.8664796**
	(.0424495)	(.0423759)	(.0632038)	(.0604924)
Hong Kong	.2506244**	.2486788**	.2486788**	.2511807**
	(.0599653)	(.059981)	(.0592254)	(.059239)
Trinidad & Tobago	.5849543**	.5851765**	.5851765**	.5925689**
	(.0356001)	(.0356095)	(.0441384)	(.0466344)
Jamaica	.853696**	.8550117**	.8550117**	.8623209**
	(.0292087)	(.0292062)	(.0227004)	(.0230452)
Bangladesh	.6391067**	.640021**	.640021**	.6452261**
	(.0609882)	(.0609943)	(.0629631)	(.0644824)
Taiwan	1.057379**	1.056973**	1.056973**	1.073057**
	(.0328387)	(.0328492)	(.0323772)	(.0368105)
Lebanon	.4923264**	.4869255**	.4869255**	.4977413**
	(.0666242)	(.0665123)	(.087954)	(.0867703)
Jordan	.8519484**	.8535095**	.8535095**	.8670421**
	(.0654441)	(.0652261)	(.085544)	(.0839994)
Syria	2.177303**	2.172414**	2.172414**	2.208518**
	(.0772579)	(.077117)	(.0887724)	(.0825393)
Saudi Arabia	.1243786**	.1216201*	.1216201*	.1249032*
	(.0476459)	(.047626)	(.0487355)	(.0499146)
Yemen	1.199443**	1.186891**	1.186891**	1.205271**
	(.0634882)	(.0634686)	(.0919597)	(.0889087)
West Bank & Gaza Strip	.6873441**	.6878307**	.6878307**	.6954942**
	(.0370777)	(.0370638)	(.0350684)	(.0374214)
United Arab Emirates	.1982664**	.1978273**	.1978273**	.1996829**
	(.0370992)	(.0370938)	(.0352609)	(.035453)
Israel	.5115188**	.5109157**	.5109157**	.517973**
	(.0362144)	(.0362074)	(.0203839)	(.019862)
Année				
2003	-.3927936**	-.390914**	-.390914**	-.3844424**
	(.1373073)	(.137329)	(.0683233)	(.0694833)
2004	.2238049*	.2235422*	.2235422**	.2295804**
	(.0958309)	(.0958663)	(.070226)	(.0712368)
2005	.3944235**	.3938136**	.3938136**	.3998915**
	(.0204852)	(.0204967)	(.0971221)	(.0985)
2006	.2690763**	.2691791**	.2691791**	.2757488**
	(.0185666)	(.0185753)	(.0792905)	(.082815)
2007	.3836386**	.3835648**	.3835648**	.3884322**
	(.0189881)	(.0189975)	(.0957399)	(.0981245)
2008	.1426246**	.1413955**	.1413955+	.1458647+
	(.0161848)	(.0161427)	(.0806323)	(.0815966)
2009	0	0	0	0
	(.)	(.)	(.)	(.)
2010	.0605968**	.060463**	.060463	.0626973
	(.0177923)	(.0178003)	(.1056242)	(.1066459)
2011	.4251508**	.4255377**	.4255377**	.432994**
	(.0176392)	(.0176467)	(.0899828)	(.09102)
2012	.4201419**	.4202115**	.4202115**	.4275161**
	(.0171988)	(.0172064)	(.1111012)	(.1122556)
2013	.3625946**	.3628303**	.3628303**	.3693061**
	(.0169995)	(.017007)	(.1024124)	(.104039)
2014	.2051089**	.2052071**	.2052071*	.208527*
	(.0174653)	(.017473)	(.1029156)	(.1043199)
constant	-1.670541**	-1.024026**	-1.934894**	-1.934894**
	(.0042952)	(.0109775)	(.0254858)	(.0254927)
Insignia gemhhinc				5.63e-07+ (3.28e-07)

cut1						
constant						1.950039** (.0954235)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	53864.0	163740.6	236295.3	236362.5	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-497379.500	-442441.217	-406163.861	-406130.263	-406130.263	-406105.002
Pseudo-R ²	0.051	0.156	0.225	0.225	0.225	0.225

+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01

Tableau A1-3 : Résultats détaillés des analyses empiriques(logit) : Après la crise

Variables indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Statut d'ex-entrepreneurs	1.236029** (.0100064)	1.030494** (.0106965)	.800974** (.011293)	.6956318** (.0185919)	.6956318** (.0610208)	.7048333** (.0612753)
Post-crise	.4514003** (.0052971)	.3841655** (.0056289)	.2051089** (.0174653)	.1947525** (.0175136)	.1947525+ (.104349)	.1978935+ (.1057977)
Ex-entrepreneur * Post-crise				.1666663** (.0233262)	.1666663* (.0733073)	.1710681* (.074924)
Niveau de scolarité	-.1077854** (.0053554)	-.1098037** (.0056934)	.0680087** (.0063731)	.0681549** (.006373)	.0681549** (.019941)	.0695078** (.0199209)
Connaître un entrepreneur	.9163022** (.0050389)	.4728655** (.0055097)	.4841786** (.0058916)	.4843535** (.0058919)	.4843535** (.0362385)	.4921302** (.0365888)
Revenu familial	1.24e-06** (8.04e-08)	-3.56e-07** (8.59e-08)	-1.41e-07 (9.24e-08)	-1.38e-07 (9.24e-08)	-1.38e-07 (3.21e-07)	-6.61e-07 (5.19e-07)
Âge		-.0358951** (.0002096)	-.030264** (.0002221)	-.0302665** (.0002221)	-.0302665** (.0012711)	-.0306881** (.0012896)
Homme		.1815204** (.0055304)	.243755** (.0058546)	.2440881** (.0058551)	.2440881** (.019294)	.2477012** (.0197453)
Détention d'opportunité		.7587744** (.0054252)	.5728496** (.005883)	.5729885** (.0058832)	.5729885** (.0304606)	.5822741** (.0313474)
Compétence entrepreneuriale		1.041687** (.0060096)	.9779934** (.0064175)	.9782992** (.0064178)	.9782992** (.0396624)	.9918583** (.0385896)
Peur de l'échec		-.2454444** (.005704)	-.1787402** (.0060313)	-.1784548** (.0060318)	-.1784548** (.0254872)	-.1811433** (.0254405)
Statut de travail- chômeurs		.2766024** (.0071791)	.2081619** (.0076946)	.2083324** (.0076954)	.2083324** (.0399875)	.2113163** (.039819)
Statut de travail- retraités		-.2666878** (.0088649)	-.2676849** (.0093023)	-.2674089** (.0093026)	-.2674089** (.0278887)	-.2690549** (.0283932)
Pays						
Russia			-1.107201** (.0540233)	-1.106237** (.0540302)	-1.106237** (.0286666)	-1.131767** (.0282179)
Egypt			.9830814** (.0395906)	.9839862** (.0395955)	.9839862** (.0362849)	.9941858** (.0401766)
South Africa			-.1849083** (.0315108)	-.1843309** (.031504)	-.1843309** (.0279043)	-.1896326** (.0289525)
Greece			.0026604 (.0334643)	.0019301 (.0334596)	.0019301 (.0156455)	-.0016329 (.0163597)
Netherlands			-.5377246** (.0333652)	-.5384322** (.0333651)	-.5384322** (.0087486)	-.5557716** (.0146267)
Belgium			-.2226491** (.0362116)	-.2243798** (.0362085)	-.2243798** (.0189819)	-.2305605** (.0209997)
France			.0230796 (.0326629)	.0227068 (.0326605)	.0227068 (.0141979)	.0234633 (.0142754)
Spain			-.6675012** (.021486)	-.6695912** (.0214856)	-.6695912** (.0210608)	-.6825707** (.0256123)
Hungary			.1513289** (.0324502)	.1498681** (.0324501)	.1498681** (.0150075)	.1510662** (.0149998)
Italy			.0095657 (.0437443)	.0097224 (.0437414)	.0097224 (.0182115)	.0128466 (.0182357)
Romania			.6360537** (.0349367)	.6351818** (.0349421)	.6351818** (.02118)	.6435304** (.021157)
Switzerland			-.4690859** (.0376599)	-.4700501** (.0376556)	-.4700501** (.0198254)	-.4795422** (.0215067)
Austria			-.5030156** (.0501999)	-.5039939** (.0502103)	-.5039939** (.0298634)	-.5126071** (.0306284)
United Kingdom			-.5042285** (.0234608)	-.5049582** (.0234534)	-.5049582** (.0409968)	-.5094152** (.0426664)
Denmark			-.7037839** (.0349413)	-.7052385** (.0349319)	-.7052385** (.0300036)	-.7161147** (.0336094)
Sweden			-.4817937** (.0371432)	-.4830386** (.0371407)	-.4830386** (.0190354)	-.4923848** (.0212268)
Norway			-.4394502**	-.4380851**	-.4380851**	-.448868**

Poland	(.0373267) .4145225**	(.0373184) .4141997**	(.0088745) .4141997**	(.0118845) .419745**
Germany	(.0386777) -.3226161**	(.0386905) -.3229678**	(.0314348) -.3229678**	(.0326403) -.3281641**
Peru	(.0266305) 1.004137**	(.0266269) 1.005026**	(.0102808) 1.005026**	(.0109367) 1.016757**
Mexico	(.0278109) .2336236**	(.0278049) .2357583**	(.0218139) .2357583**	(.0223248) .2395829**
Argentina	(.0293937) .6723701**	(.0293856) .6751225**	(.0217495) .6751225**	(.0227812) .6829981**
Brazil	(.0300894) .6821055**	(.0300805) .6827526**	(.0125601) .6827526**	(.0145255) .6932576**
Chile	(.0228688) 1.351027**	(.0228681) 1.351058**	(.0311623) 1.351058**	(.0325972) 1.372913**
Colombia	(.0223223) 1.879437**	(.0223204) 1.880432**	(.0140039) 1.880432**	(.0209449) 1.911189**
Malaysia	(.0224772) -.5013897**	(.0224772) -.5008766**	(.0269414) -.5008766**	(.0379255) -.5125623**
Australia	(.0391239) -.1968411**	(.0391292) -.1967712**	(.0277456) -.1967712**	(.0276438) -.2030493**
Indonesia	(.0410239) .880597**	(.0410162) .8821415**	(.0252412) .8821415**	(.0250305) .8865339**
Philippines	(.0302277) 1.295724**	(.0302314) 1.293775**	(.0481381) 1.293775**	(.0496819) 1.309079**
New Zealand	(.0359938) .2198759+	(.0360074) .2172817+	(.0328837) .2172817*	(.033843) .2194622*
Singapore	(.1156883) .631856**	(.1155694) .6311729**	(.1009767) .6311729**	(.1024015) .6401557**
Thailand	(.0346622) .8290903**	(.0346553) .8297458**	(.0241226) .8297458**	(.0235584) .8413943**
Japan	(.0272678) -.270665**	(.027263) -.271177**	(.0168967) -.271177**	(.0161611) -.2769098**
Korea	(.0434019) .6176638**	(.0433985) .6198926**	(.0273879) .6198926**	(.0288275) .6276816**
Vietnam	(.0344992) .4553675**	(.0344915) .4559298**	(.0202626) .4559298**	(.0218059) .4580581**
China	(.0445029) .9065434**	(.0445236) .9094616**	(.0495065) .9094616**	(.0503146) .9242619**
Turkey	(.0252493) .7644144**	(.025245) .7632624**	(.0147738) .7632624**	(.0161719) .7743053**
India	(.0245689) .0586854+	(.0245729) .064728+	(.038194) .064728+	(.0394625) .0654486+
Pakistan	(.0337973) .5924306**	(.0337861) .5940963**	(.0331334) .5940963**	(.0338586) .6026518**
Iran	(.0418408) .6590099**	(.0418545) .6585966**	(.0542744) .6585966**	(.0575913) .6679631**
Canada	(.027259) .0199157	(.0272614) .0193706	(.032553) .0193706	(.0346384) .0203631
Morocco	(.0441881) .7850901**	(.0441915) .7820682**	(.0234743) .7820682**	(.0237705) .8094198**
Algeria	(.1683572) .5528201**	(.168219) .5525216**	(.0886078) .5525216**	(.0844752) .5571331**
Tunisia	(.0384681) .336018**	(.0384829) .3357058**	(.0459184) .3357058**	(.047397) .3389332**
Libya	(.0833728) 2.104586**	(.0834016) 2.105194**	(.0531733) 2.105194**	(.0552151) 2.122106**
Ghana	(.0593952) 1.128012**	(.0594285) 1.122449**	(.0527611) 1.122449**	(.0544947) 1.124475**
Nigeria	(.0372619) .6611448**	(.0372959) .6609587**	(.049087) .6609587**	(.0507882) .6652195**
Angola	(.0344315) 1.601224**	(.0344448) 1.591134**	(.0579949) 1.591134**	(.0597114) 1.614769**
Barbados	(.0470466) .3325707**	(.0471261) .3325934**	(.0439352) .3325934**	(.0515684) .3337658**
Ethiopia	(.0559056) .0603764	(.0559363) .0611517	(.0483532) .0611517	(.0493807) .0595973

	(.049293)	(.0493147)	(.0732291)	(.074444)
Uganda	1.45433**	1.449693**	1.449693**	1.462093**
	(.0298028)	(.0298208)	(.0413282)	(.0447609)
Zambia	1.220379**	1.213625**	1.213625**	1.234984**
	(.0407095)	(.040764)	(.0543433)	(.061501)
Namibia	.6719729**	.6698348**	.6698348**	.680164**
	(.0728454)	(.0729097)	(.0739757)	(.0766735)
Malawi	1.593276**	1.583124**	1.583124**	1.621113**
	(.0455906)	(.0456681)	(.0597736)	(.0677279)
Botswana	1.958567**	1.954449**	1.954449**	1.962711**
	(.0432546)	(.0432938)	(.0510145)	(.0533903)
Portugal	.2691845**	.2703224**	.2703224**	.2746113**
	(.0406377)	(.0406449)	(.0274206)	(.0286031)
Luxembourg	.4701351**	.4712317**	.4712317**	.4767018**
	(.0715437)	(.0715871)	(.0463008)	(.0471075)
Ireland	-.4769067**	-.4765532**	-.4765532**	-.4846216**
	(.0395447)	(.0395431)	(.0148367)	(.0155572)
Iceland	.4145138**	.4136811**	.4136811**	.4196464**
	(.0351608)	(.0351406)	(.0412555)	(.0407518)
Finland	-.4999564**	-.5005862**	-.5005862**	-.5107668**
	(.038133)	(.03813)	(.0136516)	(.0168634)
Lithuania	.6883023**	.6889546**	.6889546**	.6992181**
	(.0429611)	(.0429832)	(.0343837)	(.036124)
Latvia	.4787694**	.4774682**	.4774682**	.4858286**
	(.0346453)	(.0346462)	(.0176284)	(.0168454)
Estonia	.1968001**	.1975408**	.1975408**	.2021785**
	(.0567202)	(.0567429)	(.0445212)	(.0454645)
Serbia	.9634825**	.9603392**	.9603392**	.9725284**
	(.0476243)	(.0475918)	(.0656437)	(.0623818)
Montenegro	1.364507**	1.3639**	1.3639**	1.385269**
	(.065013)	(.0650606)	(.0776089)	(.0869437)
Croatia	.2903837**	.288725**	.288725**	.2912975**
	(.0324434)	(.0324416)	(.0149759)	(.0144268)
Slovenia	-.0363945	-.0383432	-.0383432*	-.0391872*
	(.0334776)	(.0334767)	(.0163423)	(.0166687)
Bosnia and Herzegovina	.6456774**	.6448582**	.6448582**	.653713**
	(.033105)	(.0331146)	(.0284275)	(.0305893)
Macedonia	1.02416**	1.025001**	1.025001**	1.03975**
	(.0393653)	(.0393713)	(.0326367)	(.037239)
Czech Republic	.0674094	.0675556	.0675556*	.0692166*
	(.0428307)	(.0428423)	(.0301412)	(.0303701)
Slovakia	.2852432**	.2833506**	.2833506**	.2856431**
	(.0409326)	(.040967)	(.040385)	(.0411968)
Guatemala	.5629367**	.5630687**	.5630687**	.5709387**
	(.0324929)	(.0324986)	(.0352685)	(.0374687)
El Salvador	.8806047**	.8769762**	.8769762**	.8849441**
	(.053665)	(.0537144)	(.0530783)	(.0551255)
Costa Rica	.8439125**	.8451069**	.8451069**	.855888**
	(.0400799)	(.040096)	(.0491828)	(.0531414)
Panama	.3325821**	.3329289**	.3329289**	.3364927**
	(.0333879)	(.0333943)	(.0374654)	(.0385288)
Venezuela	.7328678**	.7325188**	.7325188**	.7420111**
	(.0527211)	(.0527092)	(.0439374)	(.0451415)
Bolivia	1.687557**	1.687722**	1.687722**	1.711733**
	(.0366768)	(.0366872)	(.0479205)	(.0578169)
Ecuador	1.297809**	1.297352**	1.297352**	1.316407**
	(.0302631)	(.030268)	(.0299225)	(.0342701)
Suriname	-.6801491**	-.6773372**	-.6773372**	-.6867056**
	(.0760438)	(.0760551)	(.0590738)	(.0597587)
Uruguay	.7047124**	.7066107**	.7066107**	.7171754**
	(.0309224)	(.0309147)	(.0166191)	(.0170684)
Azores	-.3304018+	-.3296857+	-.3296857**	-.3418394**
	(.1730435)	(.173106)	(.0777394)	(.0748112)
Tonga	-.8931001**	-.8944063**	-.8944063**	-.9136887**
	(.1130601)	(.1129742)	(.0895611)	(.0959614)
Vanuatu	1.654507**	1.646912**	1.646912**	1.671025**

Kazakstan	(.078735) 2319727**	(.0788482) .233703**	(.076612) .233703**	(.0866023) .2355921**
Shenzhen	(.064768) 5071416**	(.0647264) .5071001**	(.0456137) .5071001**	(.0461255) .5116962**
Puerto Rico	(.0904584) 2077677**	(.0902912) .2075056**	(.0898627) .2075056**	(.0895076) .2096109**
Dominican Republic	(.0514335) .8448979**	(.0514447) .8526367**	(.0323418) .8526367**	(.0327643) .8652414**
Hong Kong	(.0424495) 2506244**	(.0423843) .2516111**	(.0641225) .2516111**	(.0613743) .2542143**
Trinidad & Tobago	(.0599653) .5849543**	(.0598998) .5858623**	(.0590971) .5858623**	(.0591014) .5934911**
Jamaica	(.0356001) .853696**	(.035614) .8557681**	(.0443498) .8557681**	(.0469371) .8633145**
Bangladesh	(.0292087) .6391067**	(.0292013) .6414874**	(.0228537) .6414874**	(.0232601) .6469086**
Taiwan	(.0609882) 1.057379**	(.0609986) 1.057436**	(.062994) 1.057436**	(.0645726) 1.073957**
Lebanon	(.0328387) 4923264**	(.032854) .489674**	(.0324875) .489674**	(.0370137) .5007405**
Jordan	(.0666242) 8519484**	(.0665654) .8526025**	(.0876079) .8526025**	(.0864299) .8665129**
Syria	(.0654441) 2.177303**	(.0653338) 2.17487**	(.0858481) 2.17487**	(.0842871) 2.211896**
Saudi Arabia	(.0772579) .1243786**	(.0771893) .1234198**	(.0884852) .1234198*	(.0821596) .1267782*
Yemen	(.0476459) 1.199443**	(.0476436) 1.193372**	(.0486024) 1.193372**	(.0497896) 1.212118**
West Bank & Gaza Strip	(.0634882) .6873441**	(.0634743) .687103**	(.0908107) .687103**	(.0877529) .6949377**
United Arab Emirates	(.0370777) .1982664**	(.0370833) .2000718**	(.0350802) .2000718**	(.0374591) .202138**
Israel	(.0370992) .5115188**	(.0370729) .5116752**	(.0352594) .5116752**	(.03542) .5189274**
	(.0362144) -3927936**	(.0362059) -396425**	(.0202934) -396425**	(.0197748) -3899379**
Année				
2003	(.1373073) .2238049*	(.1372631) .2256315*	(.0685488) .2256315**	(.0697061) .2319374**
2004	(.0958309) .3944235**	(.095752) .3964068**	(.0701315) .3964068**	(.0711715) .4027038**
2005	(.0204852) .2690763**	(.0204612) .2691784**	(.0969033) .2691784**	(.0983332) .2759377**
2006	(.0185666) .3836386**	(.0185469) .3841435**	(.0796096) .3841435**	(.0832233) .3891618**
2007	(.0189881) .4537795**	(.0189676) .4551635**	(.0961989) .4551635**	(.098644) .4628951**
2008	(.0194452) .3111549**	(.0194248) .3130776**	(.09276) .3130776**	(.0953376) .31622**
2009	(.0186303) -1445121**	(.0186112) -1449015**	(.1067028) -1449015	(.1088113) -1460206
2010	(.0123649) .2200419**	(.0123743) .2202078**	(.094486) .2202078**	(.096121) .2244617**
2011	(.0123196) .215033**	(.0123276) .2150996**	(.0775007) .2150996**	(.0786751) .2191953**
2012	(.0113152) .1574857**	(.0113232) .1577134**	(.0765336) .1577134**	(.0776763) .1609606**
2013	(.0108716) 0	(.0108791) 0	(.0545753) 0	(.0556845) 0
2014	(.) -1.970907**	(.) -1.294292**	(.) -1.926591**	(.) -1.926591**
constant	(.0055449)	(.0116963)	(.0254858)	(.0958246)

Insignia
gemhhinc

5.78e-07+
(3.31e-07)

cut l						
constant						1.94201** (.0960779)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	61144.8	168426.5	236295.3	236346.4	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-493739.078	-440098.242	-406163.861	-406138.291	-406138.291	-406111.639
Pseudo-R ²	0.058	0.161	0.225	0.225	0.225	0.225

+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01

ANNEXE A2 : DÉTAIL DU PROGRAMME DE CODE EXÉCUTÉ DANS LE LOGICIEL D'ANALYSE STATISTIQUE STATA (logit)

```

* Example analyses for business exit and start by STATA
/* This program */
/* Guohao Xiao */
/* MBA Project */
/* Date : TODAY */
set more off
version 15
log using probitxiao, replace text
cd "C:\data\2002-2014"
use GEM2002to2014.dta, clear // loading datasheet
/* keep only variables for regression */
keep futsup discent gender age yrsurv gemhhinc gemwork3 gemeduc suskill oport
fearfail knowent country
/* introduce only variables for regression */
codebook futsup discent gender age yrsurv gemhhinc gemwork3 gemeduc suskill oport
fearfail knowent country
/* ----- */
/* ----- */
/* Variable transformations */
recode gender (1=1) // male
recode gender (2=0) // female
recode gemeduc (1316=1) (1720=1) // post secondaire and more
recode gemeduc (0=0) (111=0) (1212=0) // less education
drop if age<18 //delete the observations which the age is below 18
drop if country==226 //delete the countries which no labels
drop if country==237 //delete the countries which no labels
drop if country==270 //delete the countries which no labels
drop if country==383 //delete the countries which no labels
drop if country==501 //delete the countries which no labels
drop if country==974 //delete the countries which no labels
drop if country==995 //delete the countries which no labels
/* recession period dummy variables */
gen precrise = yrsurv >= 2002 & yrsurv <= 2007 // data before the crise
gen durcrise = yrsurv >= 2008 & yrsurv <= 2009 // data during the crise
gen postcrise = yrsurv >= 2010 & yrsurv <. // data after the crise
gen predis = precrise * discent // interaction before the crise and ex-entrepreneur
gen durdis = durcrise * discent // interaction during the crise and ex-entrepreneur
gen postdis = postcrise * discent // interaction after the crise and ex-entrepreneur
* ----- *

```

```

* Renommer les variables pour les besoins de notre analyse *
* ----- *
label var futsup "Intention de créer"
label var discent "Statut d'ex-entrepreneurs"
label var precrise "Avant la crise"
label var durcrise "Pendant la crise"
label var postcrise "Après la crise"
label var predis "Ex-entrepreneur avant la crise"
label var durdis "Ex-entrepreneurs pendant la crise"
label var postdis "Ex-entrepreneurs après la crise"
label var gender "Homme"
label var age "Âge"
label var gemhhinc "Revenu familial"
label var gemwork3 "Statut de travail"
label var gemeduc "Niveau de scolarité"
label var suskill "Compétences entrepreneuriales"
label var opport "Détention d'opportunité"
label var fearfail "Peur de l'échec"
label var knowent "Connâître un entrepreneur"
label var country "Pays"
label var yrsurv "Année"
* Summary statistics of all data *
sum futsup discent precrise durcrise postcrise predis durdis postdis gender age gemhhinc
gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country yrsurv
/* ----- */
/* ----- */
*The command below summarizes the missing observations by variable*
misstable summarize futsup discent precrise durcrise postcrise predis durdis postdis
gender age gemhhinc gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country
yrsurv, gen(miss_)
* The markout command identifies the variables nomiss == 1 (holds only non-missing
observations)*
mark nomiss
markout nomiss futsup discent precrise durcrise postcrise predis durdis postdis gender
age gemhhinc gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country yrsurv
* Summary statistics of all data *
sum futsup discent precrise durcrise postcrise predis durdis postdis gender age gemhhinc
gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country yrsurv
* Summary statistics of all data with only no-missing observations for analysing*
sum futsup discent precrise durcrise postcrise predis durdis postdis gender age gemhhinc
gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country yrsurv if nomiss==1
/* ----- */
/* ----- */
* Correlation analysis, table of the correlations*

```

```

corr futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3 gemeduc
suskill oport fearfail knowent if nomiss==1, wrap
pwcrr futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3
gemeduc suskill oport fearfail knowent if nomiss==1, star(0.01)
/* ----- */
/* ----- */
/* Global varlist for shorter program */
global cvarlist gender age suskill oport gemhhinc gemeduc fearfail knowent
su futsup discent precrise durcrise postcrise $cvarlist if nomiss==1
/* ----- */
/* ----- */
* t-Test to test the representativity of the selected sample with nomiss compared to the
total sample with values missing*
ttest futsup, by(nomiss)
/* ----- */
/* ----- */
* Hierrarchical analysis of model estimates *
/* ----- */
/* ----- */
/*          model 1: before-recession          */
/* ----- */
* 1th regression : *
logit futsup discent precrise gemeduc knowent gemhhinc if nomiss==1
estimates store M1
/* Magin effet */
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 2th regression : add capital humian special*
logit futsup discent precrise gemeduc knowent gemhhinc age gender oport suskill
fearfail i.gemwork3 if nomiss==1
estimates store M2
/* Lrtest*/
lrtest M2 M1
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 3th regression : plus variable fix: country and year *
logit futsup discent precrise gemeduc knowent gemhhinc age gender oport suskill
fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M3
/* Lrtest*/
lrtest M3 M2
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */

```

```

* 4th regression : plus interaction *
logit futsup discent precrise predis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M4
/* Lrtest*/
lrtest M4 M3
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 5th regression : plus vce(cl country) *
logit futsup discent precrise predis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
estimates store M5
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 6th regression : oglm plus vce(cl country) het(gemhhinc) *
oglm futsup discent precrise predis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, ///
    link(logit) vce(cl country) het(gemhhinc)
estimates store M6
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
/* Produce a table with the estimated coefficients of the 6 regressions */
ssc install estout, replace // Installs the estout suite of commands
esttab M1 M2 M3 M4 M5 M6 using result1.rtf , replace cells(b(star) se(par)) nobase
legend varlabels(_cons constant) ///
stats(N chi2 p ll r2_p , fmt(0 1 3) label(Obs LR-chi2 Prob-chi2 Log-likelihood Pseudo-
R^2)) ///
starlevels(+ 0.10 * 0.05 ** 0.01) title(Logit Estimation du Maximum de Vraisemblance)
mtitles
/* ----- */
/* ----- */
/*          model 2: during-recession          */
/* ----- */
/* ----- */
* 1th regression : *
logit futsup discent durcrise gemeduc knowent gemhhinc if nomiss==1
estimates store M1
/* Magin effet */
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 2th regression : add capital humian special*
logit futsup discent durcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 if nomiss==1

```

```

estimates store M2
/* Lrtest*/
lrtest M2 M1
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 3th regression : plus variable fix: country and year *
logit futsup discent durcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M3
/* Lrtest*/
lrtest M3 M2
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 4th regression : plus interaction *
logit futsup discent durcrise durdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M4
/* Lrtest*/
lrtest M4 M3
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 5th regression : plus vce(cl country) *
logit futsup discent durcrise durdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
estimates store M5
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 6th regression : oglm plus vce(cl country) het(gemhhinc) *
oglm futsup discent durcrise durdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, ///
    link(logit) vce(cl country) het(gemhhinc)
estimates store M6
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
/* Produce a table with the estimated coefficients of the 6 regressions */
ssc install estout, replace // Installs the estout suite of commands
esttab M1 M2 M3 M4 M5 M6 using result2.rtf , replace cells(b(star) se(par)) nobase
legend varlabels(_cons constant) ///
stats(N chi2 p ll r2_p , fmt(0 1 3) label(Obs LR-chi2 Prob-chi2 Log-likelihood Pseudo-
R^2)) ///
starlevels(+ 0.10 * 0.05 ** 0.01) title(Logit Estimation du Maximum de Vraisemblance)
mtitles
/* ----- */

```

```

/* ----- */
/*          model 3: post-recession          */
/* ----- */
/* ----- */
* 1th regression : *
logit futsup discent postcrise gemeduc knowent gemhhinc if nomiss==1
estimates store M1
/* Magin effet */
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 2th regression : add capital humian special*
logit futsup discent postcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 if nomiss==1
estimates store M2
/* Lrtest*/
lrtest M2 M1
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 3th regression : plus variable fix: country and year *
logit futsup discent postcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M3
/* Lrtest*/
lrtest M3 M2
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 4th regression : plus interaction *
logit futsup discent postcrise postdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M4
/* Lrtest*/
lrtest M4 M3
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 5th regression : plus vce(cl country) *
logit futsup discent postcrise postdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
estimates store M5
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 6th regression : ogln plus vce(cl country) het(gemhhinc) *

```

```

oglm futsup discent postcrise postdis gemeduc knowent gemhhinc age gender oport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, ///
    link(logit) vce(cl country) het(gemhhinc)
estimates store M6
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
/* Produce a table with the estimated coefficients of the 6 regressions */
ssc install estout, replace // Installs the estout suite of commands
esttab M1 M2 M3 M4 M5 M6 using result3.rtf, replace cells(b(star) se(par)) nobase
legend varlabels(_cons constant) ///
stats(N chi2 p ll r2_p, fmt(0 1 3) label(Obs LR-chi2 Prob-chi2 Log-likelihood Pseudo-
R^2)) ///
starlevels(+ 0.10 * 0.05 ** 0.01) title(Logit Estimation du Maximum de Vraisemblance)
mtitles
/* ----- */
/* ----- */
log close
clear
exit

```

ANNEXE B1 : RÉSULTATS DÉTAILLÉS DES ANALYSES EMPIRIQUES (probit)

Tableau B1-1 : Résultats détaillés des analyses empiriques (probit) : Avant la crise

Variabiles indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Statut d'ex-entrepreneurs	.7455856** (.0061438)	.6134358** (.0064011)	.4715293** (.0066616)	.4746738** (.0074932)	.4746738** (.023807)	.4800594** (.0245834)
Pre-crise	-.3097384** (.0035275)	-.276218** (.0037574)	-.1233997** (.0096487)	-.1225925** (.0096879)	-.1225925* (.0558775)	-.1237394* (.0563478)
Ex-entrepreneur * Pre-crise				-.014819 (.0161654)	-.014819 (.0425136)	-.0174605 (.0432235)
Niveau de scolarité	-.0616894** (.0030969)	-.0633343** (.0032831)	.0400542** (.0036306)	.0400671** (.0036307)	.0400671** (.0111171)	.0406104** (.0111)
Connaître un entrepreneur	.5333842** (.0029286)	.2772921** (.0031904)	.2845153** (.0033762)	.2845247** (.0033762)	.2845247** (.0185612)	.287726** (.0186362)
Revenu familial	5.71e-07** (4.69e-08)	-3.78e-07** (4.99e-08)	-9.80e-08+ (5.29e-08)	-9.79e-08+ (5.29e-08)	-9.79e-08 (1.78e-07)	-3.42e-07 (3.11e-07)
Âge		-.0206246** (.0001179)	-.0173303** (.0001249)	-.0173303** (.0001249)	-.0173303** (.0006568)	-.0174929** (.0006744)
Homme		.1037773** (.0031839)	.1379724** (.0033352)	.1379927** (.0033353)	.1379927** (.010781)	.1393625** (.0110446)
Détention d'opportunité		.4510362** (.0031321)	.3326485** (.0033801)	.3326476** (.0033801)	.3326476** (.0164658)	.3363659** (.0169598)
Compétence entrepreneuriale		.59001** (.0033636)	.5603945** (.0035912)	.5604181** (.0035913)	.5604181** (.0171628)	.5657417** (.0168976)
Peur de l'échec		-.1389265** (.003258)	-.1006458** (.0034266)	-.1006285** (.0034266)	-.1006285** (.0141379)	-.1016809** (.014083)
Statut de travail- chômeurs		.1519305** (.0041463)	.1188617** (.0043973)	.1188778** (.0043973)	.1188778** (.022029)	.1200392** (.0218637)
Statut de travail- retraités		-.1537217** (.0049631)	-.1474865** (.0051956)	-.1474658** (.0051956)	-.1474658** (.0158417)	-.1479352** (.0160433)
Pays						
Russia			-.583044** (.0272977)	-.5829819** (.0272981)	-.5829819** (.0162674)	-.5922596** (.0156905)
Egypt			.5799559** (.0234462)	.5799709** (.0234468)	.5799709** (.0202885)	.5839213** (.0222569)
South Africa			-.1004583** (.0175834)	-.100475** (.0175833)	-.100475** (.0149095)	-.1026744** (.0154297)
Greece			.0030336 (.0186277)	.0030337 (.0186278)	.0030337 (.0087436)	.0014978 (.0091165)
Netherlands			-.2911154** (.0179981)	-.2911503** (.0179979)	-.2911503** (.0048076)	-.2977513** (.0075049)
Belgium			-.1216099** (.019787)	-.1216943** (.019787)	-.1216943** (.0097885)	-.1240452** (.0107485)
France			.0125056 (.0180507)	.0125057 (.0180504)	.0125057+ (.0075132)	.0126223+ (.0075928)
Spain			-.3583557** (.0118176)	-.3584079** (.0118176)	-.3584079** (.0108143)	-.3632933** (.0129767)
Hungary			.0869138** (.0180475)	.0868432** (.0180475)	.0868432** (.008086)	.0871706** (.0081112)
Italy			.0035717 (.0240042)	.0036028 (.0240042)	.0036028 (.00986)	.0046651 (.009996)
Romania			.3612105** (.0199201)	.3612237** (.0199203)	.3612237** (.0113392)	.3642407** (.0114966)
Switzerland			-.2521706** (.0202877)	-.2522374** (.0202875)	-.2522374** (.0097189)	-.2558612** (.0105126)
Austria			-.2869907** (.0273873)	-.2870497** (.0273873)	-.2870497** (.0165056)	-.2904303** (.0167963)
United Kingdom			-.2673528** (.0128612)	-.2674218** (.012861)	-.2674218** (.0233906)	-.2691385** (.0242185)
Denmark			-.3849591**	-.3850547**	-.3850547**	-.3893064**

Sweden	(.0186802) -.2642407** (.0200856)	(.0186799) -.2643348** (.0200854)	(.0166802) -.2643348** (.0104816)	(.0184152) -.2678893** (.0114454)
Norway	-.2455491** (.0202755)	-.2455045** (.0202754)	-.2455045** (.0049738)	-.2497393** (.0064341)
Poland	.2255566** (.0222176)	.2255416** (.0222175)	.2255416** (.0184613)	.2273994** (.0189871)
Germany	-.1768598** (.0145392)	-.1768683** (.0145389)	-.1768683** (.0057395)	-.1788515** (.0059435)
Peru	.6053616** (.0161899)	.6054461** (.0161901)	.6054461** (.0117458)	.6101095** (.0118109)
Mexico	.1413893** (.0168381)	.1414409** (.0168379)	.1414409** (.0110866)	.1428402** (.0115196)
Argentina	.391744** (.0173935)	.3920494** (.017396)	.3920494** (.0070039)	.3950374** (.0079852)
Brazil	.404028** (.0129904)	.4040929** (.0129905)	.4040929** (.0178325)	.4081736** (.0185363)
Chile	.7966301** (.012758)	.7966629** (.0127579)	.7966629** (.0084848)	.8054284** (.0124536)
Colombia	1.115255** (.0128343)	1.115327** (.0128345)	1.115327** (.0158239)	1.128033** (.0221895)
Malaysia	-.2610049** (.0210343)	-.2609921** (.0210347)	-.2609921** (.0156915)	-.2654305** (.0154228)
Australia	-.1035594** (.0224013)	-.103515** (.0224005)	-.103515** (.0135473)	-.1058973** (.0133159)
Indonesia	.5144777** (.0176535)	.5145709** (.0176539)	.5145709** (.0267022)	.515785** (.0273471)
Philippines	.770602** (.02121)	.7705814** (.0212102)	.7705814** (.0186989)	.7764988** (.0192252)
New Zealand	.1296753+ (.067987)	.1294595+ (.0679812)	.1294595* (.0536248)	.1300917* (.0540979)
Singapore	.3599295** (.019669)	.3598582** (.0196686)	.3598582** (.0121214)	.3632194** (.011894)
Thailand	.4816585** (.0156492)	.4817114** (.015649)	.4817114** (.0092644)	.4861703** (.0088974)
Japan	-.1279134** (.0224581)	-.1279146** (.0224578)	-.1279146** (.0119121)	-.1298457** (.012506)
Korea	.3518083** (.0196155)	.3519278** (.0196158)	.3519278** (.0108391)	.3548888** (.0116854)
Vietnam	.2627724** (.0257361)	.2628162** (.0257367)	.2628162** (.0277248)	.2634681** (.0280477)
China	.5273435** (.0144762)	.5276278** (.0144791)	.5276278** (.0084143)	.5333568** (.0093869)
Turkey	.4462315** (.0140769)	.4461869** (.014077)	.4461869** (.0216209)	.4503788** (.0221937)
India	.0355351+ (.0191999)	.0358602+ (.0192028)	.0358602* (.0177019)	.0360169* (.0179325)
Pakistan	.3514307** (.0244623)	.3515232** (.0244629)	.3515232** (.0304063)	.3549337** (.0320581)
Iran	.3896712** (.0157241)	.3896496** (.0157243)	.3896496** (.0180682)	.3932973** (.0190514)
Canada	.0104353 (.0246463)	.0104165 (.0246458)	.0104165 (.0132103)	.01073 (.0133397)
Morocco	.4769853** (.1015466)	.4770392** (.1015469)	.4770392** (.0515607)	.4886652** (.0489665)
Algeria	.3340916** (.0225013)	.3340503** (.022502)	.3340503** (.0248105)	.3357306** (.0253814)
Tunisia	.1833189** (.0493341)	.183359** (.0493346)	.183359** (.0297253)	.1843927** (.0305431)
Libya	1.242385** (.0351193)	1.242374** (.0351202)	1.242374** (.0300956)	1.248132** (.0309965)
Ghana	.680625** (.0219266)	.6803246** (.0219298)	.6803246** (.0277134)	.6808238** (.0283415)
Nigeria	.408565** (.0203881)	.4085611** (.0203885)	.4085611** (.0307579)	.4102868** (.0314532)
Angola	.9538099**	.9532405**	.9532405**	.9627679**

Barbados	(.0274667) .1972779** (.0324821)	(.0274757) .1972979** (.0324828)	(.0260056) .1972979** (.0267504)	(.0300204) .197647** (.0271329)
Ethiopia	.0354244 (.0290611)	.0354784 (.0290618)	.0354784 (.0402352)	.0348617 (.0406769)
Uganda	.8737452** (.0172536)	.873272** (.0172617)	.873272** (.0229079)	.8778322** (.0244507)
Zambia	.7328504** (.0238102)	.7324419** (.0238154)	.7324419** (.0303286)	.7412001** (.0340936)
Namibia	.4164155** (.0436402)	.4163117** (.0436421)	.4163117** (.0407005)	.4207306** (.0419305)
Malawi	.9585947** (.0264831)	.9579788** (.0264932)	.9579788** (.0340123)	.9743301** (.0384655)
Botswana	1.158995** (.0250597)	1.158716** (.0250625)	1.158716** (.0302154)	1.160748** (.0312083)
Portugal	.1495982** (.0230741)	.1496952** (.0230743)	.1496952** (.0160731)	.1511753** (.0166102)
Luxembourg	.2519784** (.0409694)	.2520498** (.0409706)	.2520498** (.0259943)	.2539786** (.0264124)
Ireland	-.2635567** (.0213832)	-.2635388** (.0213833)	-.2635388** (.0082148)	-.2666761** (.0083925)
Iceland	.2397441** (.0203232)	.2397309** (.0203226)	.2397309** (.0230602)	.2419739** (.0227556)
Finland	-.2740899** (.0206306)	-.274109** (.0206305)	-.274109** (.0072902)	-.2781482** (.00891)
Lithuania	.388582** (.0246806)	.3886339** (.0246811)	.3886339** (.0200791)	.3924717** (.0209908)
Latvia	.2779973** (.0197504)	.2779625** (.0197504)	.2779625** (.0092296)	.2811467** (.0090033)
Estonia	.1164344** (.0318372)	.1164983** (.0318377)	.1164983** (.0253183)	.1182971** (.0257557)
Serbia	.5669682** (.0283584)	.5669613** (.028358)	.5669613** (.0377593)	.571604** (.0360459)
Montenegro	.7996661** (.0393511)	.7996183** (.0393522)	.7996183** (.0430011)	.8080808** (.0480525)
Croatia	.1643464** (.0183847)	.1642926** (.0183845)	.1642926** (.0074927)	.1652187** (.007253)
Slovenia	-.0243857 (.0186915)	-.0244785 (.0186916)	-.0244785** (.008516)	-.0249293** (.0086961)
Bosnia and Herzegovina	.3693525** (.019058)	.3693158** (.0190585)	.3693158** (.0165881)	.3726506** (.0176718)
Macedonia	.5928166** (.0232299)	.5928533** (.0232303)	.5928533** (.0185124)	.5985063** (.0208632)
Czech Republic	.0413436+ (.0238175)	.0413827+ (.0238176)	.0413827* (.0171227)	.0420071* (.0172142)
Slovakia	.1585612** (.0233942)	.1585021** (.023395)	.1585021** (.0234308)	.1592878** (.023773)
Guatemala	.3397472** (.0188603)	.3398149** (.0188606)	.3398149** (.019486)	.3429193** (.0205799)
El Salvador	.5180156** (.031712)	.5178382** (.0317134)	.5178382** (.0307068)	.5208919** (.0316659)
Costa Rica	.4946737** (.0235399)	.4947354** (.0235403)	.4947354** (.0279921)	.4989297** (.0299776)
Panama	.1914662** (.0192587)	.1915574** (.0192592)	.1915574** (.0207856)	.1927672** (.0212064)
Venezuela	.4356188** (.0313668)	.4356727** (.0313665)	.4356727** (.023499)	.439351** (.0238748)
Bolivia	1.002872** (.021594)	1.002823** (.0215944)	1.002823** (.0268253)	1.012446** (.0322408)
Ecuador	.769371** (.0177115)	.7693295** (.0177118)	.7693295** (.0167475)	.7769891** (.0191465)
Suriname	-.361846** (.0403229)	-.3616881** (.0403234)	-.3616881** (.0315334)	-.3648398** (.0317304)
Uruguay	.4105469** (.0178841)	.410644** (.0178843)	.410644** (.0089846)	.4146471** (.0092888)
Azores	-.1952031*	-.1951539*	-.1951539**	-.1997547**

Tonga	(.0931196)	(.0931235)	(.0428718)	(.0410641)
	-.4726352**	-.4726461**	-.4726461**	-.4802639**
	(.0592668)	(.0592709)	(.0518275)	(.0551032)
Vanuatu	.9913229**	.9909**	.9909**	1.000774**
	(.0471791)	(.0471848)	(.0427627)	(.0483598)
Kazakstan	.134275**	.1344879**	.1344879**	.1349958**
	(.037691)	(.0376891)	(.0248802)	(.0250394)
Shenzhen	.2856926**	.2857089**	.2857089**	.2871967**
	(.0533538)	(.0533571)	(.0516538)	(.0514399)
Puerto Rico	.1092253**	.1092066**	.1092066**	.1097695**
	(.0291818)	(.0291818)	(.0181639)	(.0183627)
Dominican Republic	.5137521**	.5139189**	.5139189**	.5189873**
	(.0253709)	(.0253708)	(.0380197)	(.0363878)
Hong Kong	.1480965**	.1482908**	.1482908**	.1491482**
	(.0336164)	(.0336129)	(.0325015)	(.0324335)
Trinidad & Tobago	.3428648**	.3429219**	.3429219**	.3457859**
	(.0208691)	(.0208694)	(.0244721)	(.025686)
Jamaica	.511339**	.5114681**	.5114681**	.5142513**
	(.0170851)	(.0170854)	(.0121833)	(.0121447)
Bangladesh	.3763239**	.3764593**	.3764593**	.3783888**
	(.0353418)	(.0353427)	(.0355834)	(.0362509)
Taiwan	.6112494**	.611264**	.611264**	.617628**
	(.0189233)	(.0189236)	(.0190261)	(.0216103)
Lebanon	.2953822**	.2954463**	.2954463**	.3000726**
	(.0400559)	(.0400566)	(.0510368)	(.0501491)
Jordan	.5090129**	.5089652**	.5089652**	.5146481**
	(.0391753)	(.0391765)	(.0496195)	(.048553)
Syria	1.302491**	1.302513**	1.302513**	1.317982**
	(.0452024)	(.0452034)	(.0503589)	(.0467752)
Saudi Arabia	.082704**	.082776**	.082776**	.0845846**
	(.0277239)	(.0277243)	(.0267903)	(.0274882)
Yemen	.7310268**	.7312**	.7312**	.7393851**
	(.037483)	(.0374834)	(.051638)	(.049648)
West Bank & Gaza Strip	.4056395**	.4055789**	.4055789**	.4086111**
	(.0216729)	(.0216736)	(.0192289)	(.0203886)
United Arab Emirates	.1191524**	.1193295**	.1193295**	.1201138**
	(.0216185)	(.0216178)	(.0215464)	(.0215646)
Israel	.2943465**	.2943954**	.2943954**	.2971105**
	(.0207256)	(.0207254)	(.0111165)	(.0108624)
Année				
2003	-.2118549**	-.2122009**	-.2122009**	-.2096595**
	(.0712001)	(.0711958)	(.0361472)	(.036555)
2004	.1237149*	.1238901*	.1238901**	.1262855**
	(.0526802)	(.0526751)	(.0377704)	(.0380832)
2005	.2216899**	.2219031**	.2219031**	.224195**
	(.0113542)	(.0113549)	(.0508711)	(.051375)
2006	.1495973**	.1496398**	.1496398**	.1522667**
	(.0102445)	(.0102433)	(.0439677)	(.045562)
2007	.2104411**	.2105288**	.2105288**	.2123242**
	(.0105446)	(.0105437)	(.0530491)	(.0540579)
2008	.1305353**	.1305072**	.1305072*	.1320406*
	(.0084615)	(.0084618)	(.0590547)	(.0598039)
2009	.0513533**	.0513024**	.0513024	.0510809
	(.0079462)	(.0079467)	(.0669907)	(.0674523)
2010	-.0883479**	-.0883646**	-.0883646+	-.0888483+
	(.0070703)	(.0070706)	(.0520789)	(.0527624)
2011	.1235399**	.1235358**	.1235358**	.1252602**
	(.007036)	(.0070362)	(.0425846)	(.0430807)
2012	.1223685**	.1223747**	.1223747**	.1239591**
	(.0064678)	(.006468)	(.0428441)	(.0433253)
2013	.0897349**	.0897455**	.0897455**	.0910751**
	(.0062159)	(.0062161)	(.0302458)	(.03076)
2014	0	0	0	0
	(.)	(.)	(.)	(.)
constant	-.9340616**	-.5606365**	-1.021542**	-1.025644**
	(.002506)	(.0063012)	(.013421)	(.0467008)
			(.04604)	

Insigma gemhhinc						3.97e-07 (3.10e-07)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	61711.6	170561.2	238741.8	238742.6	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-493455.699	-439030.898	-404940.597	-404940.177	-404940.177	-404926.054
Pseudo-R ²	0.059	0.163	0.228	0.228	0.228	

+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01

Tableau B1-2 : Résultats détaillés des analyses empiriques (probit) : Pendant la crise

Variabiles indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Statut d'ex-entrepreneurs	.7544969** (.006128)	.619339** (.0063865)	.4715293** (.0066616)	.4930908** (.0072306)	.4930908** (.0236488)	.4977472** (.0243276)
Dur-crise	-.0589487** (.0042165)	-.037737** (.0044766)	.1747531** (.0103359)	.1848607** (.0104151)	.1848607** (.0600745)	.1859349** (.0609097)
Ex-entrepreneur * Dur-crise				-.1403692** (.0182802)	-.1403692** (.0445614)	-.1405807** (.0450274)
Niveau de scolarité	-.0768959** (.0030819)	-.0780907** (.0032686)	.0400542** (.0036306)	.040054** (.0036307)	.040054** (.0111378)	.0405797** (.0111171)
Connaitre un entrepreneur	.5262105** (.002917)	.2692984** (.0031806)	.2845153** (.0033762)	.2845372** (.0033763)	.2845372** (.0185576)	.287655** (.0186523)
Revenu familial	1.08e-06** (4.65e-08)	7.99e-08 (4.94e-08)	-9.80e-08+ (5.29e-08)	-9.68e-08+ (5.29e-08)	-9.68e-08 (1.78e-07)	-3.35e-07 (3.11e-07)
Âge		-.0209934** (.0001174)	-.0173303** (.0001249)	-.0173303** (.0001249)	-.0173303** (.0006571)	-.0174887** (.0006751)
Homme		.1053824** (.0031741)	.1379724** (.0033352)	.1380584** (.0033354)	.1380584** (.0107887)	.1393887** (.0110426)
Détention d'opportunité		.4521587** (.0031264)	.3326485** (.0033801)	.3327114** (.0033802)	.3327114** (.0164603)	.3363337** (.0169494)
Compétence entrepreneuriale		.5941113** (.0033546)	.5603945** (.0035912)	.5603799** (.0035913)	.5603799** (.0171734)	.5655624** (.0169337)
Peur de l'échec		-.1297748** (.0032462)	-.1006458** (.0034266)	-.1005603** (.0034267)	-.1005603** (.0141482)	-.1015888** (.014099)
Statut de travail- chômeurs		.1655194** (.0041298)	.1188617** (.0043973)	.1189071** (.0043975)	.1189071** (.0220446)	.1200335** (.0218836)
Statut de travail- retraités		-.1442003** (.0049511)	-.1474865** (.0051956)	-.1474198** (.0051957)	-.1474198** (.015847)	-.1478812** (.0160448)
Pays						
Russia			-.583044** (.0272977)	-.5827794** (.0272995)	-.5827794** (.016301)	-.5918367** (.0157786)
Egypt			.5799559** (.0234462)	.5805021** (.0234435)	.5805021** (.0202105)	.5843326** (.0221427)
South Africa			-.1004583** (.0175834)	-.0998435** (.0175796)	-.0998435** (.0149737)	-.1020203** (.0154979)
Greece			.0030336 (.0186277)	.0023594 (.0186281)	.0023594 (.0088097)	.0008649 (.0091774)
Netherlands			-.2911154** (.0179981)	-.2911873** (.0179983)	-.2911873** (.0048063)	-.2976103** (.007474)
Belgium			-.1216099** (.019787)	-.1221476** (.0197872)	-.1221476** (.009896)	-.1244276** (.0108251)
France			.0125056 (.0180507)	.0123146 (.0180509)	.0123146 (.0075165)	.012421 (.0075949)
Spain			-.3583557** (.0118176)	-.359361** (.0118178)	-.359361** (.0109808)	-.3641189** (.0131195)
Hungary			.0869138** (.0180475)	.0866215** (.0180476)	.0866215** (.0081196)	.0869465** (.0081424)
Italy			.0035717 (.0240042)	.0034146 (.0240037)	.0034146 (.0098546)	.0044354 (.0099805)
Romania			.3612105** (.0199201)	.3605124** (.0199191)	.3605124** (.0112958)	.3634431** (.0114172)
Switzerland			-.2521706** (.0202877)	-.2521804** (.0202888)	-.2521804** (.0097335)	-.2557072** (.010493)
Austria			-.2869907** (.0273873)	-.2869017** (.0273912)	-.2869017** (.0166469)	-.29019** (.0169402)
United Kingdom			-.2673528** (.0128612)	-.2675757** (.0128606)	-.2675757** (.0233515)	-.2692408** (.0241545)
Denmark			-.3849591** (.0186802)	-.3852739** (.0186803)	-.3852739** (.0166707)	-.3894041** (.018359)
Sweden			-.2642407** (.0200856)	-.2642234** (.0200883)	-.2642234** (.0104494)	-.2676696** (.011375)
Norway			-.2455491**	-.2451468**	-.2451468**	-.2492852**

	(.0202755)	(.0202744)	(.0049893)	(.006428)
Poland	.2255566**	.2255636**	.2255636**	.2273682**
	(.0222176)	(.0222202)	(.0185481)	(.019049)
Germany	-.1768598**	-.1770047**	-.1770047**	-.1789419**
	(.0145392)	(.0145395)	(.0057559)	(.0059624)
Peru	.6053616**	.6057695**	.6057695**	.6102923**
	(.0161899)	(.0161892)	(.011697)	(.0117409)
Mexico	.1413893**	.1425793**	.1425793**	.1439483**
	(.0168381)	(.0168381)	(.011273)	(.0117057)
Argentina	.391744**	.3912182**	.3912182**	.3940697**
	(.0173935)	(.0173946)	(.0068188)	(.007748)
Brazil	.404028**	.4039474**	.4039474**	.4079054**
	(.0129904)	(.0129906)	(.0178508)	(.0185037)
Chile	.7966301**	.7963398**	.7963398**	.8048735**
	(.012758)	(.0127579)	(.0084426)	(.0123624)
Colombia	1.115255**	1.115064**	1.115064**	1.127423**
	(.0128343)	(.0128346)	(.015806)	(.0220854)
Malaysia	-.2610049**	-.2606289**	-.2606289**	-.2649659**
	(.0210343)	(.0210339)	(.0157901)	(.015543)
Australia	-.1035594**	-.1038764**	-.1038764**	-.1062076**
	(.0224013)	(.0224053)	(.0135646)	(.0133186)
Indonesia	.5144777**	.5147421**	.5147421**	.5159042**
	(.0176535)	(.0176551)	(.0267986)	(.0274158)
Philippines	.770602**	.769108**	.769108**	.7748791**
	(.02121)	(.0212161)	(.0185145)	(.0189748)
New Zealand	.1296753+	.1298785+	.1298785*	.1305305*
	(.067987)	(.067999)	(.0535736)	(.054045)
Singapore	.3599295**	.3600964**	.3600964**	.3633808**
	(.019669)	(.0196716)	(.0120787)	(.0118795)
Thailand	.4816585**	.4816124**	.4816124**	.4859414**
	(.0156492)	(.0156506)	(.0093356)	(.0089803)
Japan	-.1279134**	-.1283721**	-.1283721**	-.130255**
	(.0224581)	(.0224605)	(.0120237)	(.0126053)
Korea	.3518083**	.3522642**	.3522642**	.3551333**
	(.0196155)	(.0196153)	(.0107984)	(.0116274)
Vietnam	.2627724**	.2628148**	.2628148**	.2634401**
	(.0257361)	(.0257403)	(.027783)	(.0280914)
China	.5273435**	.5269616**	.5269616**	.5324878**
	(.0144762)	(.0144771)	(.0081752)	(.0090706)
Turkey	.4462315**	.4456423**	.4456423**	.4497283**
	(.0140769)	(.0140778)	(.0215802)	(.0221123)
India	.0355351+	.0370283+	.0370283*	.0371102*
	(.0191999)	(.0191984)	(.0178324)	(.0180591)
Pakistan	.3514307**	.3517516**	.3517516**	.3550533**
	(.0244623)	(.0244653)	(.0304587)	(.0320661)
Iran	.3896712**	.3895375**	.3895375**	.3930835**
	(.0157241)	(.0157237)	(.0180155)	(.0189503)
Canada	.0104353	.0103044	.0103044	.0106102
	(.0246463)	(.0246497)	(.0132375)	(.013362)
Morocco	.4769853**	.4748423**	.4748423**	.4860135**
	(.1015466)	(.1015446)	(.0517796)	(.049249)
Algeria	.3340916**	.3341829**	.3341829**	.3358239**
	(.0225013)	(.0225016)	(.0248845)	(.0254331)
Tunisia	.1833189**	.1827191**	.1827191**	.1837186**
	(.0493341)	(.049331)	(.0296308)	(.0304235)
Libya	1.242385**	1.242061**	1.242061**	1.247669**
	(.0351193)	(.0351255)	(.0301009)	(.0309452)
Ghana	.680625**	.6783088**	.6783088**	.6788564**
	(.0219266)	(.0219339)	(.0275472)	(.0281775)
Nigeria	.408565**	.408265**	.408265**	.409942**
	(.0203881)	(.0203913)	(.0307886)	(.0314524)
Angola	.9538099**	.9496704**	.9496704**	.9590541**
	(.0274667)	(.0274863)	(.0256509)	(.0296482)
Barbados	.1972779**	.1971805**	.1971805**	.1975091**
	(.0324821)	(.0324869)	(.0268107)	(.0271769)
Ethiopia	.0354244	.0355905	.0355905	.0349735

Uganda	(.0290611) .8737452**	(.0290657) .8736722**	(.0403269) .8736722**	(.0407562) .8782027**
Zambia	(.0172536) .7328504**	(.0172544) .7298257**	(.0233423) .7298257**	(.024871) .7384256**
Namibia	(.0238102) .4164155**	(.0238208) .4155103**	(.0300804) .4155103**	(.0338098) .4198328**
Malawi	(.0436402) .9585947**	(.0436526) .9541363**	(.0407165) .9541363**	(.0419005) .9701707**
Botswana	(.0264831) 1.158995**	(.0265008) 1.15685**	(.0335465) 1.15685**	(.0379045) 1.158878**
Portugal	(.0250597) .1495982**	(.0250678) .149641**	(.0300358) .149641**	(.0309881) .1510562**
Luxembourg	(.0230741) .2519784**	(.0230769) .2521943**	(.0161142) .2521943**	(.0166254) .2540571**
Ireland	(.0409694) -.2635567**	(.0409768) -.2634622**	(.0260722) -.2634622**	(.0264664) -.2665229**
Iceland	(.0213832) .2397441**	(.0213832) .2394073**	(.0081989) .2394073**	(.0083816) .2415903**
Finland	(.0203232) -.2740899**	(.0203211) -.2744089**	(.0231394) -.2744089**	(.022844) -.2783467**
Lithuania	(.0206306) .388582**	(.0206311) .3886271**	(.0073041) .3886271**	(.0089304) .3923529**
Latvia	(.0246806) .2779973**	(.0246839) .2775674**	(.0201516) .2775674**	(.0210238) .2806649**
Estonia	(.0197504) .1164344**	(.019749) .1165999**	(.0092771) .1165999**	(.0090489) .1183384**
Serbia	(.0318372) .5669682**	(.0318404) .5646753**	(.0254056) .5646753**	(.0258186) .5692187**
Montenegro	(.0283584) .7996661**	(.0283514) .7991102**	(.0382733) .7991102**	(.0365682) .8073637**
Croatia	(.0393511) .1643464**	(.0393582) .1638371**	(.0429169) .1638371**	(.0479434) .1647371**
Slovenia	(.0183847) -.0243857	(.0183854) -.0249533	(.007505) -.0249533**	(.0072606) -.0253826**
Bosnia and Herzegovina	(.0186915) .3693525**	(.018692) .3690827**	(.0086078) .3690827**	(.0087801) .3723399**
Macedonia	(.019058) .5928166**	(.0190577) .5930962**	(.0165594) .5930962**	(.0176132) .5985871**
Czech Republic	(.0232299) .0413436+	(.0232285) .0412529+	(.0184473) .0412529+	(.0207395) .0418452*
Slovakia	(.0238175) .1585612**	(.0238201) .1578532**	(.0171937) .1578532**	(.0172812) .1586237**
Guatemala	(.0233942) .3397472**	(.0233996) .3392023**	(.023425) .3392023**	(.0237529) .3422033**
El Salvador	(.0188603) .5180156**	(.0188596) .5165734**	(.0193569) .5165734**	(.0204008) .519577**
Costa Rica	(.031712) .4946737**	(.0317186) .4948513**	(.0306291) .4948513**	(.0315558) .4989252**
Panama	(.0235399) .1914662**	(.0235422) .1908761**	(.028044) .1908761**	(.0299742) .1920368**
Venezuela	(.0192587) .4356188**	(.0192596) .4348665**	(.0206308) .4348665**	(.021024) .438438**
Bolivia	(.0313668) 1.002872**	(.0313714) 1.003143**	(.0235211) 1.003143**	(.0238872) 1.012519**
Ecuador	(.021594) .769371**	(.021595) .7692499**	(.026835) .7692499**	(.0321833) .7767024**
Suriname	(.0177115) -.361846**	(.0177111) -.3610033**	(.0167436) -.3610033**	(.0190709) -.3641093**
Uruguay	(.0403229) .4105469**	(.0403243) .4112997**	(.0316979) .4112997**	(.0319096) .4151681**
Azores	(.0178841) -.1952031*	(.0178825) -.195115*	(.0089807) -.195115**	(.0092753) -.1996153**
Tonga	(.0931196) -.4726352**	(.0931449) -.4723646**	(.0427729) -.4723646**	(.0409443) -.4797839**
Vanuatu	(.0592668) .9913229**	(.0591147) .9881798**	(.0517797) .9881798**	(.0550047) .9978728**

Kazakstan			(.0471791)	(.0472051)	(.0426913)	(.0482993)
			.134275**	.1339826**	.1339826**	.134438**
			(.037691)	(.037699)	(.0246575)	(.0248158)
Shenzhen			.2856926**	.2854672**	.2854672**	.2868766**
			(.0533538)	(.0532365)	(.0516798)	(.0514828)
Puerto Rico			.1092253**	.109349**	.109349**	.1098964**
			(.0291818)	(.0291861)	(.0182384)	(.0184314)
Dominican Republic			.5137521**	.5195654**	.5195654**	.524489**
			(.0253709)	(.0253602)	(.0372205)	(.035623)
Hong Kong			.1480965**	.1470456**	.1470456**	.1478468**
			(.0336164)	(.0336203)	(.0325314)	(.0324697)
Trinidad & Tobago			.3428648**	.3429844**	.3429844**	.3457609**
			(.0208691)	(.0208714)	(.0245403)	(.0257105)
Jamaica			.511339**	.5120785**	.5120785**	.5147679**
			(.0170851)	(.0170851)	(.0122011)	(.0121627)
Bangladesh			.3763239**	.3767111**	.3767111**	.3785637**
			(.0353418)	(.0353459)	(.035658)	(.0363035)
Taiwan			.6112494**	.611026**	.611026**	.6172158**
			(.0189233)	(.0189257)	(.0190389)	(.0215675)
Lebanon			.2953822**	.2929425**	.2929425**	.2974162**
			(.0400559)	(.040035)	(.0513053)	(.0504309)
Jordan			.5090129**	.5106828**	.5106828**	.5162235**
			(.0391753)	(.0391321)	(.0494076)	(.0483611)
Syria			1.302491**	1.302135**	1.302135**	1.317165**
			(.0452024)	(.0451649)	(.0503807)	(.0468716)
Saudi Arabia			.082704**	.0808286**	.0808286**	.0825803**
			(.0277239)	(.0277248)	(.0269576)	(.0276503)
Yemen			.7310268**	.7245648**	.7245648**	.7325179**
			(.037483)	(.0374947)	(.0525534)	(.0505712)
West Bank & Gaza Strip			.4056395**	.4060604**	.4060604**	.4090353**
			(.0216729)	(.0216731)	(.0193048)	(.0204608)
United Arab Emirates			.1191524**	.1187318**	.1187318**	.1194427**
			(.0216185)	(.021618)	(.0215139)	(.0215471)
Israel			.2943465**	.2940204**	.2940204**	.2966546**
			(.0207256)	(.0207237)	(.0111811)	(.0109174)
Année						
2003			-.2118549**	-.2111423**	-.2111423**	-.2086011**
			(.0712001)	(.0712108)	(.0362077)	(.0366139)
2004			.1237149*	.1234398*	.1234398**	.1257354**
			(.0526802)	(.0526906)	(.0377072)	(.0380041)
2005			.2216899**	.2213496**	.2213496**	.2235468**
			(.0113542)	(.0113577)	(.0507837)	(.0512579)
2006			.1495973**	.149593**	.149593**	.1521434**
			(.0102445)	(.0102472)	(.0438091)	(.045352)
2007			.2104411**	.2103017**	.2103017**	.2120356**
			(.0105446)	(.0105475)	(.0528414)	(.053816)
2008			.079182**	.0783611**	.0783611+	.080056+
			(.0092431)	(.0092311)	(.0448859)	(.0452211)
2009			0	0	0	0
			(.)	(.)	(.)	(.)
2010			.0350519**	.0348489**	.0348489	.0356376
			(.009857)	(.0098596)	(.0571887)	(.0574723)
2011			.2469396**	.2470216**	.2470216**	.2499613**
			(.009776)	(.0097784)	(.0489592)	(.0492647)
2012			.2457682**	.2456571**	.2456571**	.2484569**
			(.0095163)	(.0095188)	(.0608778)	(.0612212)
2013			.2131347**	.2131227**	.2131227**	.2156745**
			(.009395)	(.0093974)	(.0553503)	(.055928)
2014			.1233997**	.1233212**	.1233212*	.1245789*
			(.0096487)	(.0096511)	(.0558343)	(.056288)
constant	-1.002234**	-.6179376**	-1.144701**	-1.145842**	-1.145842**	-1.151044**
	(.0024134)	(.0062376)	(.014208)	(.0142101)	(.0525846)	(.0526251)
Insigna gemhhinc						3.86e-07 (3.08e-07)

Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	53971.1	165094.0	238741.8	238800.8	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-497325.954	-441764.480	-404940.597	-404911.085	-404911.085	-404897.681
Pseudo-R ²	0.051	0.157	0.228	0.228	0.228	

+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01

Tableau B1-3 : Résultats détaillés des analyses empiriques (probit) : Après la crise

Variabiles indépendantes	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Statut d'ex-entrepreneurs	.7506767** (.0061473)	.6171555** (.0064026)	.4715293** (.0066616)	.4144876** (.0109722)	.4144876** (.0351972)	.4181975** (.0352482)
Post-crise	.2647978** (.0030344)	.2272063** (.0032251)	.1233997** (.0096487)	.1184589** (.0096745)	.1184589* (.0565611)	.1196611* (.057035)
Ex-entrepreneur * Post-crise				.0899546** (.0137359)	.0899546* (.0434307)	.091809* (.0441592)
Niveau de scolarité	-.0622465** (.003097)	-.0647731** (.0032823)	.0400542** (.0036306)	.0401331** (.0036306)	.0401331** (.0111327)	.0406805** (.0111163)
Connaitre un entrepreneur	.5370768** (.0029303)	.2810178** (.0031925)	.2845153** (.0033762)	.2845856** (.0033763)	.2845856** (.0185445)	.2878183** (.0186259)
Revenu familial	7.29e-07** (4.67e-08)	-2.14e-07** (4.97e-08)	-9.80e-08+ (5.29e-08)	-9.66e-08+ (5.29e-08)	-9.66e-08 (1.78e-07)	-3.43e-07 (3.12e-07)
Âge		-.0206084** (.0001178)	-.0173303** (.0001249)	-.0173306** (.0001249)	-.0173306** (.000657)	-.0174948** (.0006748)
Homme		.1052987** (.0031831)	.1379724** (.0033352)	.1381513** (.0033354)	.1381513** (.010793)	.1395346** (.0110575)
Détention d'opportunité		.4435642** (.0031334)	.3326485** (.0033801)	.3326826** (.0033801)	.3326826** (.0164617)	.3364384** (.0169573)
Compétence entrepreneuriale		.5959755** (.0033635)	.5603945** (.0035912)	.5605288** (.0035913)	.5605288** (.017138)	.5659033** (.0168672)
Peur de l'échec		-.1370921** (.0032567)	-.1006458** (.0034266)	-.100486** (.0034267)	-.100486** (.0141594)	-.1015479** (.0141081)
Statut de travail-chômeurs		.1580603** (.0041422)	.1188617** (.0043973)	.1189887** (.0043975)	.1189887** (.0220265)	.1201601** (.0218633)
Statut de travail-retraités		-.1471333** (.0049576)	-.1474865** (.0051956)	-.1473176** (.0051957)	-.1473176** (.0158485)	-.1477921** (.0160527)
Pays						
Russia			-.583044** (.0272977)	-.5825018** (.0273011)	-.5825018** (.0163823)	-.5918766** (.0157908)
Egypt			.5799559** (.0234462)	.5803781** (.0234479)	.5803781** (.0202968)	.5843668** (.0222703)
South Africa			-.1004583** (.0175834)	-.1001715** (.0175806)	-.1001715** (.0149431)	-.1024039** (.0154619)
Greece			.0030336 (.0186277)	.0025949 (.0186284)	.0025949 (.0088091)	.0010357 (.0091841)
Netherlands			-.2911154** (.0179981)	-.2913757** (.0179971)	-.2913757** (.0047988)	-.2980424** (.0075258)
Belgium			-.1216099** (.019787)	-.122468** (.0197863)	-.122468** (.0099698)	-.124853** (.0109381)
France			.0125056 (.0180507)	.0123751 (.0180492)	.0123751 (.00753)	.0124948 (.0076084)
Spain			-.3583557** (.0118176)	-.3593174** (.0118173)	-.3593174** (.0109867)	-.3642655** (.013165)
Hungary			.0869138** (.0180475)	.0862923** (.0180465)	.0862923** (.0081731)	.086623** (.0081973)
Italy			.0035717 (.0240042)	.0036546 (.0240036)	.0036546 (.0098807)	.0047134 (.0100164)
Romania			.3612105** (.0199201)	.3608401** (.0199206)	.3608401** (.0113492)	.3638756** (.0114955)
Switzerland			-.2521706** (.0202877)	-.2525905** (.0202864)	-.2525905** (.0097379)	-.2562491** (.0105371)
Austria			-.2869907** (.0273873)	-.2873022** (.0273897)	-.2873022** (.0164824)	-.2907078** (.0167783)
United Kingdom			-.2673528** (.0128612)	-.2679146** (.0128587)	-.2679146** (.0235582)	-.2696473** (.0243811)
Denmark			-.3849591**	-.3857452**	-.3857452**	-.3900402**

	(.0186802)	(.0186772)	(.0168045)	(.0185445)
Sweden	-.2642407**	-.2648114**	-.2648114**	-.268393**
	(.0200856)	(.0200845)	(.0104736)	(.0114447)
Norway	-.2455491**	-.2450175**	-.2450175**	-.249287**
	(.0202755)	(.0202742)	(.0049655)	(.0064068)
Poland	.2255566**	.2254641**	.2254641**	.2273364**
	(.0222176)	(.0222189)	(.0185367)	(.0190641)
Germany	-.1768598**	-.177009**	-.177009**	-.1790142**
	(.0145392)	(.0145375)	(.0057691)	(.0059793)
Peru	.6053616**	.6061267**	.6061267**	.6108409**
	(.0161899)	(.0161894)	(.0118162)	(.0118987)
Mexico	.1413893**	.142462**	.142462**	.1438896**
	(.0168381)	(.0168366)	(.0112609)	(.0117091)
Argentina	.391744**	.3932553**	.3932553**	.3962492**
	(.0173935)	(.0173918)	(.0070545)	(.0080451)
Brazil	.404028**	.404368**	.404368**	.4084804**
	(.0129904)	(.01299)	(.0179248)	(.0186343)
Chile	.7966301**	.7966376**	.7966376**	.8054849**
	(.012758)	(.0127569)	(.0084833)	(.012466)
Colombia	1.115255**	1.115572**	1.115572**	1.128395**
	(.0128343)	(.0128339)	(.0158784)	(.0222568)
Malaysia	-.2610049**	-.2606893**	-.2606893**	-.265174**
	(.0210343)	(.0210366)	(.0157922)	(.0155178)
Australia	-.1035594**	-.1035064**	-.1035064**	-.1059157**
	(.0224013)	(.0223988)	(.0135503)	(.0133162)
Indonesia	.5144777**	.5152131**	.5152131**	.516436**
	(.0176535)	(.0176552)	(.0268929)	(.0275504)
Philippines	.770602**	.7695311**	.7695311**	.775476**
	(.02121)	(.0212148)	(.0185671)	(.0190811)
New Zealand	.1296753+	.1284977+	.1284977*	.1291434*
	(.067987)	(.0679574)	(.0535784)	(.0540565)
Singapore	.3599295**	.359602**	.359602**	.3630024**
	(.019669)	(.0196675)	(.0121386)	(.0119149)
Thailand	.4816585**	.4819495**	.4819495**	.4864494**
	(.0156492)	(.0156484)	(.0093031)	(.0089514)
Japan	-.1279134**	-.1282173**	-.1282173**	-.1301718**
	(.0224581)	(.0224578)	(.0120439)	(.0126422)
Korea	.3518083**	.3528214**	.3528214**	.3558125**
	(.0196155)	(.0196152)	(.0108297)	(.0116894)
Vietnam	.2627724**	.2630628**	.2630628**	.263722**
	(.0257361)	(.0257424)	(.0278427)	(.0281707)
China	.5273435**	.5288271**	.5288271**	.5345884**
	(.0144762)	(.0144755)	(.0084327)	(.0094274)
Turkey	.4462315**	.4455782**	.4455782**	.4498024**
	(.0140769)	(.0140777)	(.0215613)	(.0221368)
India	.0355351+	.0384588*	.0384588*	.0386217*
	(.0191999)	(.0192013)	(.0181921)	(.0184366)
Pakistan	.3514307**	.3521956**	.3521956**	.3556388**
	(.0244623)	(.0244669)	(.0305631)	(.0322196)
Iran	.3896712**	.3894457**	.3894457**	.3931215**
	(.0157241)	(.0157247)	(.0180673)	(.0190492)
Canada	.0104353	.0102292	.0102292	.0105455
	(.0246463)	(.0246455)	(.0131965)	(.0133277)
Morocco	.4769853**	.4759298**	.4759298**	.487568**
	(.1015466)	(.1015451)	(.0515565)	(.0489715)
Algeria	.3340916**	.3338941**	.3338941**	.3355973**
	(.0225013)	(.022505)	(.0248725)	(.0254486)
Tunisia	.1833189**	.1831684**	.1831684**	.1842045**
	(.0493341)	(.049335)	(.0297435)	(.0305617)
Libya	1.242385**	1.242117**	1.242117**	1.247925**
	(.0351193)	(.0351287)	(.0301221)	(.0310381)
Ghana	.680625**	.6773221**	.6773221**	.6778209**
	(.0219266)	(.02194)	(.0272925)	(.0279169)
Nigeria	.408565**	.4083514**	.4083514**	.4100869**
	(.0203881)	(.0203926)	(.0308086)	(.0315072)
Angola	.9538099**	.9477193**	.9477193**	.9573133**

Barbados	(.0274667) .1972779**	(.0275039) .1973324**	(.0251603) .1973324**	(.029184) .1976748**
Ethiopia	(.0324821) .0354244	(.0324893) .0358564	(.0268567) .0358564	(.0272405) .0352289
Uganda	(.0290611) .8737452**	(.029068) .8708106**	(.040388) .8708106**	(.0408355) .8754323**
Zambia	(.0172536) .7328504**	(.017262) .7284436**	(.0226522) .7284436**	(.0241964) .7372599**
Namibia	(.0238102) .4164155**	(.0238305) .4152089**	(.0297374) .4152089**	(.033505) .4196682**
Malawi	(.0436402) .9585947**	(.0436593) .9520224**	(.0406603) .9520224**	(.0418895) .968505**
Botswana	(.0264831) 1.158995**	(.0265191) 1.155944**	(.033053) 1.155944**	(.0374834) 1.157982**
Portugal	(.0250597) .1495982**	(.0250737) .1502074**	(.0297718) .1502074**	(.0307613) .1516937**
Luxembourg	(.0230741) .2519784**	(.0230758) .2525466**	(.0161962) .2525466**	(.0167373) .254495**
Ireland	(.0409694) -.2635567**	(.0409811) -.2633932**	(.0261489) -.2633932**	(.0265759) -.266566**
Iceland	(.0213832) .2397441**	(.0213839) .2394455**	(.0082225) .2394455**	(.0084012) .2417072**
Finland	(.0203232) -.2740899**	(.0203181) -.2744118**	(.0231792) -.2744118**	(.0228739) -.2784955**
Lithuania	(.0206306) .388582**	(.0206304) .3889209**	(.0072727) .3889209**	(.0089175) .3927946**
Latvia	(.0246806) .2779973**	(.0246856) .2775064**	(.0202243) .2775064**	(.0211439) .2807139**
Estonia	(.0197504) .1164344**	(.0197491) .1169213**	(.0093095) .1169213**	(.009075) .1187408**
Serbia	(.0318372) .5669682**	(.0318422) .5654483**	(.0254823) .5654483**	(.0259261) .5701119**
Montenegro	(.0283584) .7996661**	(.028351) .7990172**	(.0380641) .7990172**	(.0363479) .8075635**
Croatia	(.0393511) .1643464**	(.039362) .1636934**	(.0429377) .1636934**	(.0480087) .1646163**
Slovenia	(.0183847) -.0243857	(.0183832) -.0253173	(.0075083) -.0253173**	(.0072666) -.0257771**
Bosnia and Herzegovina	(.0186915) .3693525**	(.0186916) .3689451**	(.0086401) .3689451**	(.0088199) .3723112**
Macedonia	(.019058) .5928166**	(.0190604) .5932049**	(.0165738) .5932049**	(.0176599) .5989089**
Czech Republic	(.0232299) .0413436+	(.0232312) .0415121+	(.0185613) .0415121*	(.0209162) .0421354*
Slovakia	(.0238175) .1585612**	(.0238192) .157742**	(.017186) .157742**	(.0172838) .1585251**
Guatemala	(.0233942) .3397472**	(.0234023) .3398044**	(.0234047) .3398044**	(.0237467) .3429258**
El Salvador	(.0188603) .5180156**	(.0188607) .5160096**	(.0194977) .5160096**	(.020592) .5190788**
Costa Rica	(.031712) .4946737**	(.0317227) .4951585**	(.0305016) .4951585**	(.0314542) .4993972**
Panama	(.0235399) .1914662**	(.0235432) .191638**	(.0281497) .191638**	(.0301402) .1928494**
Venezuela	(.0192587) .4356188**	(.0192604) .4354699**	(.0208223) .4354699**	(.0212461) .4391646**
Bolivia	(.0313668) 1.002872**	(.0313672) 1.00274**	(.0234948) 1.00274**	(.0238764) 1.012454**
Ecuador	(.021594) .769371**	(.0215968) .7690325**	(.0268355) .7690325**	(.0322624) .7767613**
Suriname	(.0177115) -.361846**	(.0177125) -.3603519**	(.0167384) -.3603519**	(.0191432) -.3635336**
Uruguay	(.0403229) .4105469**	(.0403253) .4116123**	(.0318877) .4116123**	(.0320843) .4156513**
Azores	(.0178841) -.1952031*	(.017883) -.1948585*	(.0090367) -.1948585**	(.009367) -.199519**

Tonga	(.0931196)	(.0931596)	(.0428337)	(.0410057)
	-.4726352**	-.472517**	-.472517**	-.480208**
	(.0592668)	(.0591931)	(.0517898)	(.0550704)
Vanuatu	.9913229**	.9867543**	.9867543**	.9966999**
	(.0471791)	(.0472213)	(.0425603)	(.0481369)
Kazakstan	.134275**	.1353746**	.1353746**	.1358679**
	(.037691)	(.0376808)	(.0248496)	(.025015)
Shenzhen	.2856926**	.2855913**	.2855913**	.2870691**
	(.0533538)	(.0532976)	(.0516228)	(.0514183)
Puerto Rico	.1092253**	.1091833**	.1091833**	.1097528**
	(.0291818)	(.0291845)	(.0181887)	(.01839)
Dominican Republic	.5137521**	.5184496**	.5184496**	.5236229**
	(.0253709)	(.0253619)	(.0377577)	(.036131)
Hong Kong	.1480965**	.1485932**	.1485932**	.1494345**
	(.0336164)	(.0335939)	(.0324701)	(.0324045)
Trinidad & Tobago	.3428648**	.3432854**	.3432854**	.346177**
	(.0208691)	(.0208724)	(.0246365)	(.0258548)
Jamaica	.511339**	.5125994**	.5125994**	.5154066**
	(.0170851)	(.0170845)	(.0123053)	(.0122981)
Bangladesh	.3763239**	.3773929**	.3773929**	.3793421**
	(.0353418)	(.0353483)	(.0356962)	(.0363735)
Taiwan	.6112494**	.611191**	.611191**	.6176065**
	(.0189233)	(.0189266)	(.0190968)	(.0216828)
Lebanon	.2953822**	.2941884**	.2941884**	.2988155**
	(.0400559)	(.0400453)	(.051046)	(.0501679)
Jordan	.5090129**	.509752**	.509752**	.5155109**
	(.0391753)	(.0391541)	(.0495621)	(.0485008)
Syria	1.302491**	1.302291**	1.302291**	1.317887**
	(.0452024)	(.0451842)	(.0503386)	(.0467596)
Saudi Arabia	.082704**	.0819132**	.0819132**	.083718**
	(.0277239)	(.0277258)	(.0267716)	(.0274712)
Yemen	.7310268**	.72793**	.72793**	.7361122**
	(.037483)	(.0374867)	(.0518301)	(.0498369)
West Bank & Gaza Strip	.4056395**	.4055403**	.4055403**	.4086117**
	(.0216729)	(.0216765)	(.019293)	(.0204624)
United Arab Emirates	.1191524**	.1199487**	.1199487**	.1207387**
	(.0216185)	(.0216086)	(.0214817)	(.0214988)
Israel	.2943465**	.2944275**	.2944275**	.2971595**
	(.0207256)	(.0207224)	(.0111185)	(.0108559)
Année				
2003	-.2118549**	-.2134912**	-.2134912**	-.210906**
	(.0712001)	(.071175)	(.0362869)	(.0366911)
2004	.1237149*	.1245918*	.1245918**	.127006**
	(.0526802)	(.0526545)	(.0376666)	(.0379765)
2005	.2216899**	.2227686**	.2227686**	.2250685**
	(.0113542)	(.0113476)	(.0507212)	(.051222)
2006	.1495973**	.1498548**	.1498548**	.1525086**
	(.0102445)	(.0102385)	(.0440333)	(.0456277)
2007	.2104411**	.2108913**	.2108913**	.2127007**
	(.0105446)	(.0105387)	(.0531779)	(.0541855)
2008	.253935**	.2548376**	.2548376**	.2577141**
	(.0108349)	(.0108294)	(.0512995)	(.0524417)
2009	.1747531**	.1760476**	.1760476**	.1771698**
	(.0103359)	(.0103313)	(.0592339)	(.0600844)
2010	-.0883479**	-.0885263**	-.0885263+	-.0890147+
	(.0070703)	(.007073)	(.0520286)	(.0527174)
2011	.1235399**	.1236184**	.1236184**	.1253638**
	(.007036)	(.0070382)	(.0426234)	(.0431239)
2012	.1223685**	.1223869**	.1223869**	.1239862**
	(.0064678)	(.00647)	(.042866)	(.0433539)
2013	.0897349**	.0898425**	.0898425**	.0911865**
	(.0062159)	(.006218)	(.0302356)	(.0307521)
2014	0	0	0	0
	(.)	(.)	(.)	(.)
constant	-1.17866**	-.7778158**	-1.144701**	-1.14735**

	(.0031048)	(.0066407)	(.014208)	(.01421)	(.0528311)	(.0528525)
Insigma						
gemhhinc						4.00e-07 (3.10e-07)
Obs	969994	969994	969994	969994	969994	969994
LR-chi2	61491.3	170037.7	238741.8	238784.7	.	.
Prob-chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	.	.
Log-likelihood	-493565.860	-439292.671	-404940.597	-404919.134	-404919.134	-404904.720
Pseudo-R ²	0.059	0.162	0.228	0.228	0.228	

+ p<0.10, * p<0.05, ** p<0.01

ANNEXE B2 : DÉTAIL DU PROGRAMME DE CODE EXÉCUTÉ DANS LE LOGICIEL D'ANALYSE STATISTIQUE STATA (probit)

```

* Example analyses for business exit and start by STATA
/* This program */
/* Guohao Xiao */
/* MBA Project */
/* Date : TODAY */
set more off
version 15
log using probitxiao, replace text
cd "C:\data\2002-2014"
use GEM2002to2014.dta, clear // loading datasheet
/* keep only variables for regression */
keep futsup discent gender age yrsurv gemhhinc gemwork3 gemeduc suskill oport
fearfail knowent country
/* introduce only variables for regression */
codebook futsup discent gender age yrsurv gemhhinc gemwork3 gemeduc suskill oport
fearfail knowent country
/* ----- */
/* ----- */
/* Variable transformations */
recode gender (1=1) // male
recode gender (2=0) // female
recode gemeduc (1316=1) (1720=1) // post secondaire and more
recode gemeduc (0=0) (111=0) (1212=0) // less education
drop if age<18 //delete the observations which the age is below 18
drop if country==226 //delete the countries which no labels
drop if country==237 //delete the countries which no labels
drop if country==270 //delete the countries which no labels
drop if country==383 //delete the countries which no labels
drop if country==501 //delete the countries which no labels
drop if country==974 //delete the countries which no labels
drop if country==995 //delete the countries which no labels
/* recession period dummy variables */
gen precrise = yrsurv >= 2002 & yrsurv <= 2007 // data before the crise
gen durcrise = yrsurv >= 2008 & yrsurv <= 2009 // data during the crise
gen postcrise = yrsurv >= 2010 & yrsurv <. // data after the crise
gen predis = precrise * discent
gen durdis = durcrise * discent
gen postdis = postcrise * discent
* ----- *

```

```

* Renommer les variables pour les besoins de notre analyse *
* ----- *
label var futsup "Intention de créer"
label var discent "Ex-entrepreneurs"
label var precrise "Avant la crise"
label var durcrise "Pendant la crise"
label var durcrise "Après la crise"
label var gender "Homme"
label var age "Âge"
label var gemhhinc "Revenu familial"
label var gemwork3 "Statut de travail"
label var gemeduc "Niveau de scolarité"
label var suskill "Compétences entrepreneuriales"
label var opport "Détection opportunité"
label var fearfail "Peur de l'échec"
label var knowent "Connaissance d'un entrepreneur"
label var country "Pays"
label var yrsurv "Année"
* Summary statistics of all data *
sum futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3 gemeduc
suskill opport fearfail knowent country yrsurv
/* ----- */
/* ----- */
*The command below summarizes the missing observations by variable*
misstable summarize futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc
gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country yrsurv, gen(miss_)
* The markout command identifies the variables nomiss == 1 (holds only non-missing
observations)*
mark nomiss
markout nomiss futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc
gemwork3 gemeduc suskill opport fearfail knowent country yrsurv
* Summary statistics of all data *
sum futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3 gemeduc
suskill opport fearfail knowent country yrsurv
* Summary statistics of all data with only no-missing observations for analysing*
sum futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3 gemeduc
suskill opport fearfail knowent country yrsurv if nomiss==1
/* ----- */
/* ----- */
* Correlation analysis, table of the correlations*
corr futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3 gemeduc
suskill opport fearfail knowent if nomiss==1, wrap
pwcorr futsup discent precrise durcrise postcrise gender age gemhhinc gemwork3
gemeduc suskill opport fearfail knowent if nomiss==1, star(0.01)

```

```

/* ----- */
/* ----- */
/* Global varlist for shorter program */
global cvarlist gender age suskill opport gemhhinc gemeduc fearfail knowent
su futsup discent precrise durcrise postcrise $cvarlist if nomiss==1
/* ----- */
/* ----- */
* t-Test to test the representativity of the selected sample with nomiss compared to the
total sample with values missing*
ttest futsup, by(nomiss)
/* ----- */
/* ----- */
* Hierrarchical analysis of model estimates *
/* ----- */
/* ----- */
/* ----- */
* 1th regression : *
probit futsup discent precrise gemeduc knowent gemhhinc if nomiss==1
estimates store M1
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 2th regression : add capital humian special*
probit futsup discent precrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 if nomiss==1
estimates store M2
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 3th regression : plus variable fix: country and year *
probit futsup discent precrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M3
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 4th regression : plus interaction *
probit futsup discent precrise predis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M4
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 5th regression : plus vce(cl country) *
probit futsup discent precrise predis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
estimates store M5

```

```

margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
* 6th regression : hetprobit*
hetprobit futsup discent precrise predis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
het(gemhhinc)
estimates store M6
margins, dydx(discent precrise)
/* ----- */
/* Produce a table with the estimated coefficients of the 6 regressions */
ssc install estout, replace // Installs the estout suite of commands
esttab M1 M2 M3 M4 M5 M6 using result1.rtf , replace cells(b(star) se(par)) nobase
legend varlabels(_cons constant) ///
stats(N chi2 p ll r2_p , fmt(0 1 3) label(Obs LR-chi2 Prob-chi2 Log-likelihood Pseudo-
R^2)) ///
starlevels(+ 0.10 * 0.05 ** 0.01) title(Probit Estimation du Maximum de
Vraisemblance) mtitles
/* ----- */
/* ----- */
/*          model 2: during-recession          */
/* ----- */
/* ----- */
* 1th regression : *
probit futsup discent durcrise gemeduc knowent gemhhinc if nomiss==1
estimates store M1
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 2th regression : add capital humian special*
probit futsup discent durcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 if nomiss==1
estimates store M2
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 3th regression : plus variable fix: country and year *
probit futsup discent durcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M3
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 4th regression : plus interaction *
probit futsup discent durcrise durdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M4

```

```

margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 5th regression : plus vce(cl country) *
probit futsup discent durcrise durdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
estimates store M5
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
* 6th regression : hetprobit*
hetprobit futsup discent durcrise durdis gemeduc knowent gemhhinc age gender opport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
het(gemhhinc)
estimates store M6
margins, dydx(discent durcrise)
/* ----- */
/* Produce a table with the estimated coefficients of the 6 regressions */
ssc install estout, replace // Installs the estout suite of commands
esttab M1 M2 M3 M4 M5 M6 using result2.rtf , replace cells(b(star) se(par)) nobase
legend varlabels(_cons constant) ///
stats(N chi2 p ll r2_p , fmt(0 1 3) label(Obs LR-chi2 Prob-chi2 Log-likelihood Pseudo-
R^2)) ///
starlevels(+ 0.10 * 0.05 ** 0.01) title(Probit Estimation du Maximum de
Vraisemblance) mtitles
/* ----- */
/* ----- */
/*          model 3: post-recession          */
/* ----- */
/* ----- */
* 1th regression : *
probit futsup discent postcrise gemeduc knowent gemhhinc if nomiss==1
estimates store M1
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
/* ----- */
* 2th regression : add capital human special*
probit futsup discent postcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 if nomiss==1
estimates store M2
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 3th regression : plus variable fix: country and year *
probit futsup discent postcrise gemeduc knowent gemhhinc age gender opport suskill
fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M3

```

```

margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 4th regression : plus interaction *
probit futsup discent postcrise postdis gemeduc knowent gemhhinc age gender oport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1
estimates store M4
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 5th regression : plus vce(cl country) *
probit futsup discent postcrise postdis gemeduc knowent gemhhinc age gender oport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
estimates store M5
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
* 6th regression : hetprobit*
hetprobit futsup discent postcrise postdis gemeduc knowent gemhhinc age gender oport
suskill fearfail i.gemwork3 i.country i.yrsurv if nomiss==1, vce(cl country)
het(gemhhinc)
estimates store M6
margins, dydx(discent postcrise)
/* ----- */
/* Produce a table with the estimated coefficients of the 6 regressions */
ssc install estout, replace // Installs the estout suite of commands
esttab M1 M2 M3 M4 M5 M6 using result3.rtf , replace cells(b(star) se(par)) nobase
legend varlabels(_cons constant) ///
stats(N chi2 p ll r2_p , fmt(0 1 3) label(Obs LR-chi2 Prob-chi2 Log-likelihood Pseudo-
R^2)) ///
starlevels(+ 0.10 * 0.05 ** 0.01) title(Probit Estimation du Maximum de
Vraisemblance) mtitles
/* ----- */
/* ----- */
log close
clear
exit

```