

L'entrepreneuriat, choix professionnels des immigrants qualifiés d'origine chinoise dans la région de Québec : une recherche exploratoire sur leurs réseaux

Yan Wang

Programme ethnologie, Département d'histoire, Université Laval, Québec, Canada

1-Objectif des études:

Produire des connaissances scientifiques sur les expériences d'entrepreneuriat chez les créateurs et les repreneurs immigrants d'origine chinoise. Analyser les liens possibles entre leurs capitaux humains et leurs mises en application de réseaux sociaux afin de saisir les différences entre les immigrants entrepreneurs et leurs entreprises.

2 -Méthodologie:

Recherche qualitative et ethnologique
Entrevue semi-dirigée
Echantillon:
20 immigrants entrepreneurs (7 créateurs et 13 repreneurs).
Travailleur qualifié d'origine de la Chine continentale.
Ils sont entrés au Canada entre 1990 et 2008.

3 -Cadre Conceptuel:

Réseaux sociaux: les réseaux sociaux constituent des instruments appropriés pour jeter des ponts d'un cercle d'acteurs à l'autre et ils aident les individus à construire un sentiment d'appartenance à une collectivité (Guilbert, 2007 : 20)
Réseaux chinois: Guanxi

4- Illustration

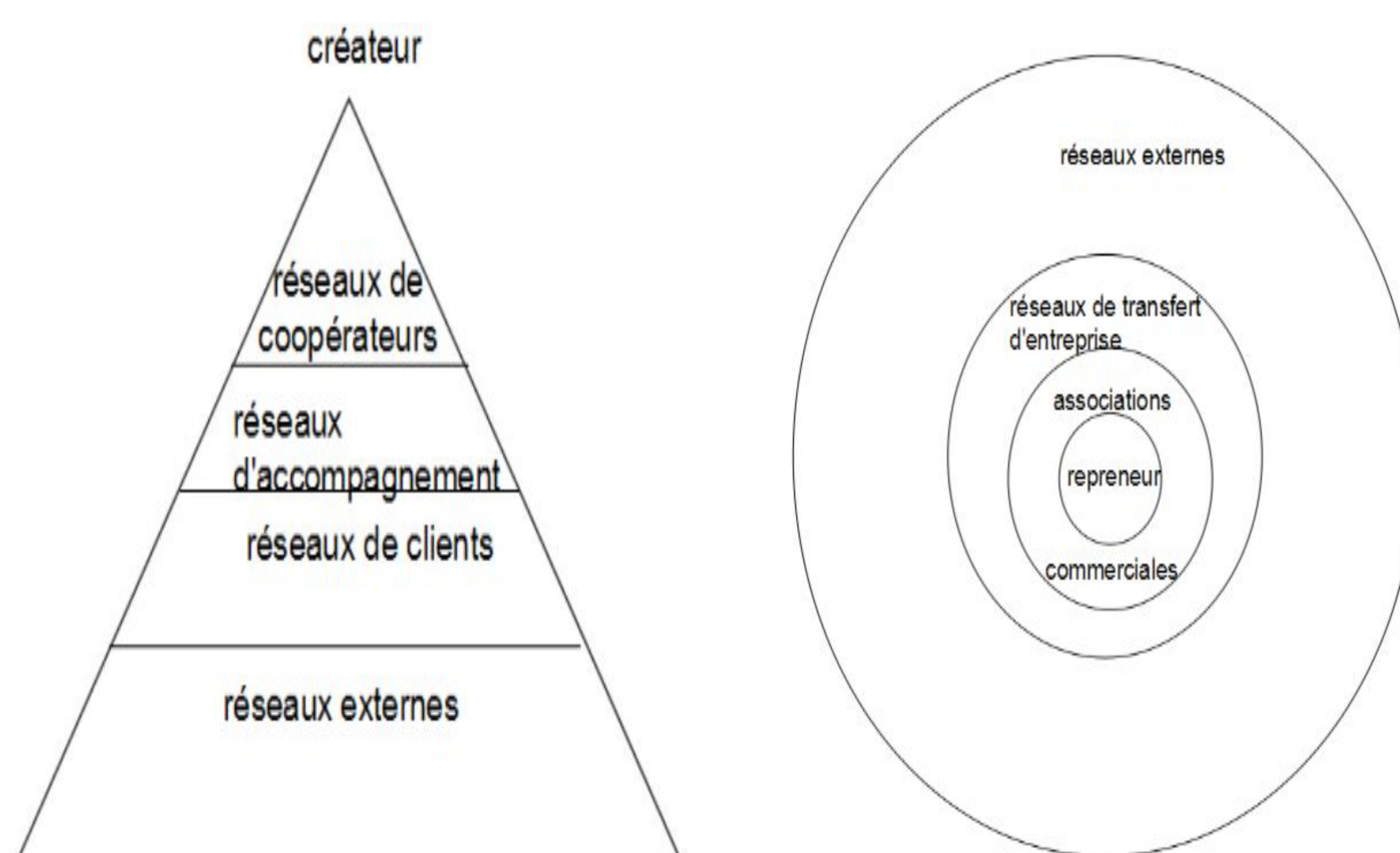
Capitaux humains des immigrants	Âge d'immigration	Ressources culturelles	Éducation reçue au Québec	Expériences de travail québécoises
nombre de personnes	Moins de 35 ans	Leurs entreprises exploitent des ressources chinoises	Refaire des études au Québec	Expériences dans les secteurs où se situent leurs entreprises
division				
Créateurs(7 personnes au total)	7	6	4	5
Repreneurs(13 personnes au total)	8	0	2	5

3- Analyse

Les différents capitaux humains possédés par les créateurs et les repreneurs ont participé de leurs diverses façons diverses de repérer les occasions d'affaires, de démarrer et de développer leur entreprise. En ciblant l'âge, les études, la culture du pays d'origine et les expériences de travail au marché québécois, nous allons distinguer l'influence du capital humain sur le choix de créer ou de reprendre une entreprise.

5- Illustration

Le processus de construction des réseaux sociaux chez les créateurs et les repreneurs



Les créateurs développent leurs réseaux sous forme de pyramide; alors que les repreneurs entrent directement dans ses réseaux de reprise d'entreprise.

7- Bibliographie

Aldrich, H. E. et Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review Sociologie*. 16: 111-135
Basu, A. (1998). An exploration of entrepreneurial activity among Asian small business in Britain. *Small Business Economics*, 10(4): 313-326.
Menziès et L.J. Fillion. (2004). Démarrage d'entreprises ethniques : quelques particularités du contexte canadien. 7e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME. Montpellier.
Cadieux, L. et Brouard, F. (2009). La transmission des PME : Perspectives et enjeux. Québec, Les Presses de l'Université du Québec.
Cadieux, L. et Deschamps, B. (dir.). (2011). Le duo cédant-repreneur : pour une compréhension intégrée du processus transmission/reprise des PME. Québec, Presses de l'Université du Québec.
Cadieux, L. et Morin M. (2009). La transmission/reprise dans les PME : Une étude sur l'utilisation des ressources externes par les propriétaires dirigeants du Québec. *Revue Organisations et Territoires*, 18(1) : 5-17.
Cadieux, L., Gratton P., St-Jean, E. (2013). La carrière entrepreneuriale : Contexte et défis. *Académie de l'entrepreneuriat*. Fribourg.

6- résultats

L'âge pourrait avoir un impact sur le choix de la carrière entrepreneuriale puisque les répondants plus âgés avaient tendance à favoriser la reprise. (Block et al., 2013)

Les créateurs sont ceux qui possède un esprit d'ouverture envers le marché général, 4 créateurs sur 7 ont refait des études à la société d'accueil et leur secteur de travail est en lien avec la culture chinoise.

Les repreneurs ont davantage tendance à recourir aux réseaux ethniques où se trouvent des membres de la communauté ayant des expériences de travail. Les réseaux ethniques leur permet d'obtenir plus de connaissance concernant le fonctionnement du marché du travail.

La plupart des repreneurs s'installent dans les secteurs d'épicerie et accueillent les clients locaux.

Les créateurs pratiquent la méthode de réseautage québécois alors que les repreneurs mettent en application « guanxi ».

A long terme, les influences positives des réseaux ethniques se trouvent surtout chez les repreneurs.

Quant aux réseaux virtuels, les repreneurs les considèrent comme des outils de chercher des occasions d'investissement et d'accompagnement alors que les créateurs y font appel pour faire la publicité de l'entreprise.

8- Remerciements et contact

Merci à Lucille Guilbert (professeure en ethnologie, Université Laval) et Michel Racine (professeur en relations industrielles, Université Laval). Ainsi que les participants de la communauté chinoise de la région de Québec.

Contact: yan.wang.3@ulaval.ca