

PROCESSUS DE MARCHÉ ET RÔLE DE L'ENTREPRENEUR : L'APPORT DE L'ÉCOLE AUTRICHIENNE AU MANAGEMENT STRATÉGIQUE

JEAN-PHILIPPE BONARDI

Doctorat HEC (Département Stratégie et Politique Générale d'Entreprise)
1, rue de la Libération-78351-Jouy en Josas

Au sein de la littérature concernant la théorie économique de la firme, le « néo-institutionnalisme » est aujourd'hui communément utilisé pour qualifier toutes les approches se démarquant du corpus néo-classique. Il est toutefois surprenant que ce terme ne soit le plus souvent compris que comme une filiation avec l'institutionnalisme américain de Veblen (1919) ou Commons (1934). En effet, si les institutionnalistes américains s'appuient bel et bien sur une critique de l'approche néo-classique, ils dénigrent aussi toute forme de théorie en économie, préférant une approche historiciste où l'introduction des institutions rend toute causalité relative à une période donnée (Langlois, 1991). L'étude comparative des institutions fondée sur l'analyse économique remonte en fait à Adam Smith (1776), bien plus qu'aux institutionnalistes américains. Or, les seuls économistes de la période moderne à reprendre le programme de recherche de Smith furent ceux de l'Ecole autrichienne¹ (Vaughn, 1990). Il semble alors important d'étudier ce courant de recherche, dont les apports n'ont pas encore été totalement exploités².

Née à Vienne dans les années 1850 sous l'impulsion de Carl Menger, qui introduisit en même temps que Jevons et Walras le concept d'utilité marginale en 1871, l'Ecole autrichienne se tiendra toujours en marge du courant néo-classique, et n'aura de cesse d'en critiquer certains fondements, notamment ceux concernant la rationalité de l'individu, la prise en compte de l'information ou le rôle des institutions. Dans les années 1920-1930, le débat sur le calcul

¹ Nous ne séparerons pas ici les autrichiens (Menger, Böhm-Bawerk, Von Wieser, Hayek ou Menger) des néo-autrichiens (Kirzner, Rizzo et O'Driscoll, Rothbard,...), la rupture entre les deux vagues étant bien plus de nature historique que de nature conceptuelle. Dans les années 30, donnés perdants dans la lutte intellectuelle qui les opposait aux penseurs socialistes, marginalisés par le développement soutenu du néo-classicisme et du keynésianisme, Mises et Hayek quittèrent l'Europe pour les Etats Unis. L'Ecole autrichienne ne revint sur le devant de la scène qu'avec le prix nobel décerné à Hayek en 1974, et la réapparition d'auteurs se consacrant à son programme de recherche.

² Même si certains travaux issus de l'économie autrichienne sont devenus des références en ce qui concerne la recherche sur les organisations, comme par exemple le texte de Hayek « The Use of Knowledge in Society » (1945).

économique qui opposa les tenants de l'Ecole autrichienne aux penseurs socialistes, comme Oskar Lange, suscita une mise en ordre et un développement considérable de ces critiques. Montrant en quoi le marché était un choix institutionnel supérieur à celui de l'organisation planifiée des échanges, les Autrichiens, à commencer par Hayek et Mises, développèrent des concepts tout proches de ceux qui constituent aujourd'hui la théorie moderne de la firme : le raisonnement principal-agent, les droits de propriété, le coût de l'information, le caractère tacite de certaines connaissances,.... Foss (1994^a) affirme ainsi : « *it is something of a doctrine puzzle that the Austrians have never formulated a theory of the firm* »³ puis ajoute « *this provides the opportunity to speculate why (...) that task was allotted to Ronald Coase* »⁴.

L'objectif de cet article n'est toutefois pas de mettre en lumière l'injuste oubli de la contribution autrichienne dans les développements actuels concernant la théorie de la firme, mais plutôt de montrer en quoi elle permet de les enrichir. Les auteurs en management stratégique ne s'y sont d'ailleurs pas trompés, un certain nombre d'articles récents se réclamant explicitement de l'Ecole autrichienne (Jacobson, 1992 ; Hill et Deeds, 1996 ; Young, Smith et Grimm, 1996). Peu de ces travaux tentent pourtant d'exploiter complètement ses apports, qui permettent de dépasser certaines limites des approches modernes de la firme (coûts de transaction, théorie de l'agence, théorie de la ressource, économie évolutionniste,...).

I. LES FONDEMENTS DE L'ECOLE AUTRICHIENNE : DESEQUILIBRE, PROCESSUS DE MARCHE ET ROLE DE L'ENTREPRENEUR

Pour qui compte conserver l'ancrage théorique de l'économie, tout en dépassant les limites de l'analyse néo-classique, deux hypothèses sont envisageables. La première consiste à raffiner les modèles néo-classiques eux-mêmes pour tenter d'intégrer les points d'achoppement au sein du paradigme (imperfection de l'information, asymétries, différenciation des produits,...). La seconde est d'accepter une fois pour toutes qu'il y a des aspects du marché qui ne peuvent être pris en compte par l'expression de l'équilibre néo-classique. C'est dans ce second postulat que l'on trouve l'économie autrichienne, qui considère le marché comme un processus dynamique. Au lieu de considérer les comportements des agents et des firmes lorsque le marché est à

³ pp.32

⁴ pp.47-48

l'équilibre, l'économie autrichienne s'attache à déterminer comment le marché pourrait parvenir à cette situation d'équilibre⁵. Son domaine de prédilection est alors le marché hors de l'équilibre (Ikeda, 1990).

1. Déséquilibre et rationalité individuelle

Essayer de comprendre les comportements des individus hors de l'équilibre suppose d'abord de renoncer à la maximisation néo-classique. Celle-ci nécessite en effet qu'un individu arbitre ex-ante entre plusieurs possibilités susceptibles de subvenir ex-post, ce qui garantit le retour automatique à l'équilibre du marché. La maximisation n'est donc pas une méthode d'équilibration du marché, mais un élément constitutif de l'équilibre. C'est seulement si l'individu n'est pas en mesure de maximiser que peut apparaître une situation de déséquilibre. Or, les Autrichiens montrent que cette maximisation est un critère peu satisfaisant, pour deux types de raisons : celui concernant la rationalité des individus (Menger, 1871), et celui concernant la dispersion de l'information (Hayek, 1945).

a) Critique subjectiviste de la rationalité néo-classique

Ayant directement pris part à la révolution marginaliste qui allait bouleverser la théorie de la valeur en économie, Carl Menger, a pendant longtemps été associé aux deux fondateurs du courant néo-classique, Jevons et Walras. Ce n'est qu'au cours des années 1970 que certains se penchèrent sur l'association des trois auteurs pour mettre en lumière la profonde originalité de l'économiste autrichien (Streissler, 1972 ; Jaffé, 1975). Bien plus qu'une révolution marginaliste, c'est en effet une révolution subjectiviste qu'appelait Menger (Lachmann, 1978). A la différence de Walras et Jevons, il ne voyait pas l'homme comme un maximisateur, mais comme une créature qui poursuit des objectifs qui lui sont propres, qui subit l'incertitude lors de ses choix et qui est susceptible de se tromper (Jaffé, 1975)⁶. La rationalité de l'action ne suppose pas l'homogénéité des comportements, comme chez les néo-classiques, mais simplement que l'action s'accorde à une vision du monde, propre à l'individu, et fondée en

⁵ Les autrichiens sont en fait partagés sur ce concept d'équilibre. Si ils s'attachent tous à étudier le déséquilibre du marché, certains considèrent que les situations d'équilibre n'existent jamais (Lachmann, 1976), d'autres qu'un état d'équilibre est l'objectif de chaque action humaine, même si il n'est pas atteint (Rothbard, 1995), ou d'autres encore que les actions des individus tendent à ramener le marché vers l'état d'équilibre en améliorant la coordination dans les échanges (Kirzner, 1973).

⁶ pp.521

raison⁷ (Mises, 1949). C'est en cela que la vision autrichienne de l'homme est subjective : deux individus, dans un même environnement et à ressources équivalentes, n'effectueront les mêmes choix.

Mises (1949) fait reposer cette subjectivité individuelle sur deux piliers : d'une part, deux individus n'ont pas la même aversion pour le risque ; d'autre part, deux individus n'ont jamais la même préférence pour le présent. La préférence pour le présent est la condition nécessaire à l'action individuelle. Si les individus n'avaient pas de préférence entre obtenir le fruit de leur action dans le présent ou l'obtenir dans le futur, ils n'agiraient jamais. Le temps a donc un prix, et ce prix est différent pour chaque individu. Il n'y a pas alors d'évaluation objective possible des bénéfices attendus d'un choix individuel, puisque l'évaluation de ces bénéfices dépend du prix accordé au temps qui passe par chaque individu. Pour certains, les bénéfices espérés d'une action seront trop éloignés dans le temps, si bien qu'il se tournera vers un autre choix, préférant par exemple ne pas investir et consommer son bien tout de suite. Aversion pour le risque et préférence pour le présent garantissent donc la nécessaire hétérogénéité des choix individuels. Il ne peut alors y avoir de situations durables où le marché est à l'équilibre, puisque les individus agissent selon leur propre appréciation du risque lié à leur choix et du bénéfice qu'ils pourront en tirer.

Il est étonnant de remarquer que, dans l'analyse néo-classique, la subjectivité des choix a été en partie intégrée du côté de la demande⁸, mais pas du côté de l'offre. Ainsi, les entreprises font nécessairement des choix de maximisation, liés à la nature de leurs fonctions de production et à l'environnement extérieur, qu'elles perçoivent toutes de la même manière. Cette homogénéité des comportements stratégiques permet de considérer les marchés à l'équilibre. En revanche, la subjectivité des décideurs du côté de l'offre rend difficile cet équilibre. Cette subjectivité individuelle est donc le premier facteur théorique incitant à considérer les marchés dans des situations de déséquilibre, plutôt que d'équilibre. La dispersion et l'incomplétude de l'information en est un autre, que revendique aussi l'Ecole autrichienne.

⁷ Les autrichiens parlent à ce propos de praxéologie, ce qui signifie « logique de l'action ». Ils développent ainsi une méthodologie qui consiste à fonder la certitude de l'axiome de l'action : toute la théorie économique doit être déduite de la proposition certaine que l'homme agit pour parvenir à des fins qui lui sont propres. Pour une présentation de la praxéologie et de ses fondements épistémologiques, voir Bramoullé (1995).

⁸ Même si les courbes d'indifférence ne rendent que partiellement compte de la subjectivité des choix individuels (Rothbard, 1991).

b) Dispersion de l'information et décision rationnelle

Au coeur du principe de maximisation, l'hypothèse néo-classique concernant l'information est extrêmement forte. Cette information est en effet conçue comme circulant instantanément, librement et sans coût parmi les individus : quand ils effectuent un choix, toutes les informations leur sont connues. Ils n'ont plus alors qu'à évaluer les situations possibles *ex-post*, et choisir la meilleure. Cette hypothèse est inacceptable pour analyser la plupart des situations dans lesquelles sont placés les individus et les firmes, tant il est vrai que de très nombreuses données leur sont inconnues. Pour prendre l'exemple de la firme, même si elle n'est conçue que comme une fonction de production, la maximisation est difficilement envisageable puisque les informations concernant les coûts de production, les quantités, les prix ou la demande des consommateurs ne sont pas des données, mais des variables.

Le raisonnement est ici commun aux autrichiens et à la plupart des théoriciens modernes de la firme, puisque c'est l'hypothèse d'information parfaite et complète qui est en fait remise en cause. Puisque l'information n'est pas parfaite, apparaissent des coûts de transaction (Coase, 1937 ; Williamson, 1985) ainsi que des institutions permettant de réduire ces coûts de transaction en fournissant aux individus des informations fiables sur les comportements habituels des autres individus. C'est ce qui explique la supériorité du marché sur un système planifié (Hayek, 1945). Grâce à cette institution (le marché), dont l'utilisation est pour eux une compétence tacite, les individus peuvent se spécialiser dans certaines activités, tout en négligeant totalement certaines autres, car ils savent que d'autres individus se spécialisent, eux, dans ces activités. Le marché permet donc un éclatement du savoir, ainsi qu'une accumulation de celui-ci. C'est grâce à l'ordre spontané créé par le marché que les sociétés accumulent du savoir, et donc de la richesse. L'Ecole autrichienne est donc bien au coeur même de ce que certains appellent le néo-institutionnalisme, même si ses principaux représentants se sont plus attachés à une réflexion sur les institutions politiques et juridiques que sur les institutions économiques, c'est à dire les firmes (Williamson, 1985).

Toutefois, à la différence de Simon, Williamson ou Nelson et Winter, dont le raisonnement repose sur la rationalité limitée, le problème posé par l'information ne vient pas du fait qu'il y a trop d'informations pour que l'individu ait les capacités de les prendre toutes en compte, mais plutôt du fait que de nombreuses informations sont (au moins partiellement) inconnues. Elles

sont inconnues parce que les individus qui les détiennent ignorent les possibilités mêmes de leur exploitation, c'est à dire les opportunités de profit qu'elles pourraient générer (Hayek, 1945). L'information est par conséquent dispersée au sein de la société, ce qui maintient un état d'ignorance quant à l'évolution futur des marchés. Même si l'individu pouvait prendre en compte toutes les informations disponibles à un instant t , il y aurait quand même des possibilités de découverte de nouvelles informations à l'instant $t+1$ (Ikeda, 1990). En d'autres termes, il existe toujours des « *poches d'ignorance* » au sein du marché, qui peuvent être exploitées par celui qui les aurait découvertes (Kirzner, 1973). Exploiter ces « *poches d'ignorance* » signifie coordonner les nouvelles informations de manière à réaliser un gain d'arbitrage ou à produire un bien (ou un service) nouveau. C'est le rôle de l'entrepreneur.

2. Processus de marché et rôle de l'entrepreneur

Découvrant des opportunités ignorées par les uns et négligées par d'autres (qui avaient des objectifs différents), les entrepreneurs sont les garants du déséquilibre sur les marchés. Ce sont les actions des entrepreneurs qui créent le changement et donnent une dimension fondamentale au passage du temps réel, qui remet en cause les positions acquises (Rizzo et O'Driscoll, 1985).

a) Recherche du profit et vigilance, garants du jeu concurrentiel

Si les entrepreneurs exploitent des opportunités, c'est avant tout pour réaliser des profits, et donc de dégager des rentes. Toute action économique sur un marché peut être analysée comme la recherche d'une rente, que ce soit une rente différentielle, c'est à dire liée à un avantage de coût, ou une rente de monopole, produite par une différenciation judicieuse par rapport aux produits existants ou à l'offre d'un produit nouveau, créant un marché sur lequel l'entreprise est en position de monopole⁹. Cette rente suppose l'hétérogénéité des comportements stratégiques sur un marché. En investissant pour exploiter une opportunité qu'il pense être prometteuse, l'entrepreneur assume un risque mais espère, en retour, en toucher un bénéfice substantiel dans un avenir plus ou moins éloigné (selon sa préférence pour le présent). Il agit ainsi pour son bien personnel, mais aussi pour le bien commun, en améliorant la coordination sur les marchés, et en bouleversant les positions concurrentielles établies.

Découvrant des opportunités de profit qui étaient jusqu'alors ignorées, les entrepreneurs introduisent du changement au sein de l'environnement concurrentiel. Ce changement ne pouvait être anticipé, ni même probabilisé, par les entreprises en place sur le marché, si bien que ce sont les actions des entrepreneurs qui entraînent la remise en cause de l'avantage concurrentiel de certaines firmes qui dégageaient des rentes. L'information est ignorée parce qu'elle vient du futur, c'est à dire des actions non prédictibles d'autres firmes (ou individus). Dans l'absolu, si le marché était à l'équilibre, cela signifierait qu'il n'y aurait plus de poches d'ignorance au sein du marché, et donc plus d'action entrepreneuriale possible. Il n'y aurait plus, non plus, de concurrence. La concurrence est ainsi totalement liée au processus de découverte (Ikeda, 1991). Hayek (1978) définit ainsi la concurrence comme « *a method of discovering particular facts relevant to the achievement of specific, temporary purposes (...)* *The benefits of [these] particular facts (...) are in a large measure transitory* »¹⁰.

Tant que l'information reste en partie dispersée, il y a des possibilités de coordination à découvrir pour les entrepreneurs. Comme, pour les autrichiens, l'information est toujours dispersée, il y a toujours aussi des opportunités stratégiques et donc une concurrence potentielle, qui ne peut jamais être nulle. Le ferment même de la rivalité concurrentielle est alors l'imperfection du marché, c'est à dire ce que les économistes néo-classiques tenaient pour une atteinte à la concurrence. L'essence de la concurrence n'est pas la structure du marché, mais les stratégies potentielles des acteurs (présents et futurs) de ce marché (Hill et Deeds, 1996). Cette approche remet en cause bon nombre de visions statiques de la concurrence, tant dans la littérature en économie qu'en management stratégique.

b) Entrepreneur et manager

L'entrepreneur autrichien doit être différencié de deux autres figures de l'univers économique : le manager d'une part, et l'entrepreneur schumpétérien d'autre part. Le manager est celui qui prend les décisions dans l'univers évolutionniste (Nelson et Winter, 1982). Ils se réfèrent en effet à une information certes imparfaite ex ante, mais probabilisable. Chez les autrichiens, il ne peut être question de probabiliser l'information à venir, dans la mesure où elle est, purement et simplement, ignorée. Gérer l'information incertaine et les risques qu'elle engendre est le travail

⁹ Chevalier (1995) montre ainsi comment toute stratégie d'une entreprise peut être considérée comme la recherche d'une rente, soit différentielle, soit de monopole.

¹⁰ p.181

du manager (Mises, 1949). La fonction de l'entrepreneur est de découvrir des informations totalement inconnues jusque là, et de les exploiter. La distinction opérée ici, entre information probabilisable et information ignorée, est proche de celle de Knight (1921) entre risque et incertitude. Le risque renvoie à l'impossibilité de prédire les résultats, tout en conservant la possibilité de les probabiliser. L'incertitude traduit l'impossibilité de prédire les résultats alors même que l'environnement n'est pas probabilisable. Comme l'expliquent Buchanan et Di Pierro (1980), l'action entrepreneuriale s'apparente ainsi à une création d'opportunité, issue de la mise en rapport d'informations dispersées (concernant les fournisseurs, les clients, le processus de production, la technologie, le lieu de production et de vente,...). Sans cette action entrepreneuriale de découverte et de création, l'opportunité n'aurait peut être jamais existé. Dans cette optique, manager et entrepreneur renvoient à deux dimensions différentes au sein de la firme. C'est en cela aussi que les apports de la vision évolutionniste nous semblent plus limités pour le management stratégique que ceux de l'Ecole autrichienne¹¹. Là où le management stratégique se détache de la gestion pure et simple, c'est en effet dans la prise de décision au sein d'un environnement non probabilisable.

De même, si Schumpeter (1934) a fait partie, de par sa naissance et sa formation du courant autrichien¹², sa conception de l'économie et de l'entrepreneur se dégagent de celle du reste de l'école autrichienne. Pour lui, l'entrepreneur est un être hors du commun, qui, par son action, fait évoluer l'économie de manière incontournable. L'innovation entrepreneuriale est alors discontinue, car fruit d'une action ponctuelle et exceptionnelle (révolution concernant les méthodes de production, les technologies employées,...). Dans cette acception, l'entrepreneur est, en quelques sortes, hors du temps : il est exogène au processus de marché. Au contraire, pour la théorie autrichienne, le changement est endogène. L'entrepreneur, qui est un homme comme un autre, a réussi à « *mieux dessiner le portrait robot d'une certaines catégorie d'acheteurs ou a été plus convaincant en mettant en valeur certaines caractéristiques des produits ou des services qu'ils offrent* » (Glais, 1992). C'est en cela qu'il exploite des opportunités que sa vigilance¹³ lui a révélées (Kirzner, 1979). Ces opportunités permettent

¹¹ Cette remarque vaut aussi pour l'analyse des coûts de transaction proposée par Williamson (1975, 1985). En effet, le décideur y apparaît beaucoup plus comme un manager essayer d'organiser de manière optimale une transaction, que comme celui qui en aurait montré la nécessité stratégique.

¹² Il fut l'élève de Von Wieser à Vienne, un des premiers économistes autrichiens après Carl Menger.

¹³ Vigilance est le terme français généralement employé pour traduire ce que Kirzner appelle « l'alertness ». En outre, il est intéressant de noter que, sans se référer à l'Ecole autrichienne, Oury écrivait en 1983 un ouvrage intitulé L'économie

d'améliorer la coordination sur le marché. L'innovation est alors continue, fruit d'actions entrepreneuriales répétées. A ce titre, l'imitation peut être considérée comme une stratégie entrepreneuriale (Jacobson, 1992). Elle nécessite en effet l'obtention d'informations précises concernant les comportements des firmes concurrentes, et la vigilance quant aux domaines dans lesquels demeurent des opportunités de profits. C'est aussi pour cela que les autrichiens considèrent l'action de l'entrepreneur comme bénéfique pour toute la société : ça n'est qu'une fois que l'opportunité entrepreneuriale a été imitée qu'elle engendre une meilleure coordination entre les actions individuelles.

Comparaison de la vision de la stratégie pour l'Ecole autrichienne
et pour le courant de l'organisation industrielle
(inspiré de Jacobson, 1992)

	Ecole Autrichienne	Courant de « l'organisation industrielle »
Source du comportement stratégique	Découverte d'informations et de connaissances jusqu'alors ignorées	Contrôle des forces concurrentielles issues des structures du marché
Conditions de marché	Déséquilibre	Equilibre
Nature de l'innovation	Continue	Discontinue
Modélisation de la profitabilité	Hétérogénéité	Régularités empiriques
Nature des facteurs clés de succès	Vigilance entrepreneuriale non observable	Facteurs stratégiques observables

politique de la vigilance. Critiquant les fondements de la micro-économie néo-classique, il y écrivait notamment (p.15) : « L'ignorance au moins partielle dans laquelle se trouve en fait chaque agent ainsi que le mouvement incessant, et parfois imprévisible, de l'univers économique laissent pressentir l'importance de la vigilance ; nous verrons qu'à condition d'abandonner toute idée de référence absolue, à condition de raisonner en termes relativistes et d'admettre qu'il est inévitable que subsistent d'importantes incertitudes même sur la définition des biens, à condition en somme de sortir de la logique de l'immobilité et de la connaissance parfaite, il est possible de construire une théorie économique de la vigilance ».

c) Action entrepreneuriale et existence de la firme

La vision de l'Ecole autrichienne permet de proposer une nouvelle réponse à cette question, déjà étudiée par Coase (1937), Williamson (1975, 1985) ou les évolutionnistes (Dosi, Teece et Winter, 1990). Comme l'explique Foss (1994^a), un entrepreneur a, dans l'absolu, trois possibilités quand il a découvert une opportunité qui lui semble pouvoir engendrer des rentes :

- 1) la vendre (si tant est que l'information puisse être transmise) ;
- 2) réaliser grâce à elle un arbitrage pur (si exploiter l'opportunité ne requiert que peu de ressources) ;
- 3) créer une firme.

L'entrepreneur choisit cette dernière possibilité quand il ne peut exploiter l'opportunité de marché avec les deux autres, c'est à dire il ne peut transférer à d'autres le contenu de sa perception, celle-ci étant trop liée à sa propre subjectivité. Il ne peut alors conclure un contrat de marché pour obtenir ce dont il a besoin pour saisir l'opportunité. En d'autres termes, l'individu hésite entre exploiter seul l'opportunité qu'il a découverte, ou le faire avec une organisation (firme). Contrairement à la vision de Williamson (1975, 1985) qui est par essence statique, celle qui découle de l'école autrichienne est dynamique. Ce qui détermine la nature de la firme, ce sont les opportunités que l'entrepreneur est le seul à avoir découvertes et qu'il est aussi, du fait du caractère non transférable de la vigilance, le seul à pouvoir exploiter. La firme apparaît alors comme une solution mise en oeuvre par l'entrepreneur à l'isolement que crée sa subjectivité.

Le passage de l'entrepreneur individuel à la firme soulève toutefois certaines questions concernant les domaines connexes du risque et de la propriété des ressources. Deux conceptions s'opposent en effet au sein de l'Ecole autrichienne. La première concerne la prise de risque liée à la fonction entrepreneuriale. Deux conceptions s'opposent à ce stade. Pour Hayek (1949), Kirzner (1973) ou Rizzo et O'Driscoll (1985), la perception entrepreneuriale pure est « sans coûts d'opportunité », reposant uniquement sur un arbitrage au sein du système de prix. Un acte particulier d'arbitrage peut nécessiter des ressources, mais cette propriété n'est pas une condition nécessaire à l'exercice de la vigilance. Le risque n'est pas alors un élément constitutif de l'action entrepreneuriale, comme il peut l'être chez Mises (1949) ou Rothbard (1995). Pour ces derniers, l'entrepreneur prend nécessairement un risque en exploitant une opportunité, dans le sens où, d'une part, il engage les ressources propres de son

entreprise, et où, d'autre part, il connaît bien d'autre chose à propos du marché que les informations délivrées par le seul système de prix (consommateurs cibles, technologie à utiliser,...). Il est donc nécessairement le propriétaire des ressources investies.

Il ne s'agit pas ici de prendre position au sein de ce débat, mais d'étudier en quoi l'une ou l'autre des visions de l'entrepreneur permet de bâtir une théorie autrichienne de la firme. Il semble d'abord difficile de considérer que l'action de entrepreneuriale, même si elle s'appuie sur une découverte, puisse être sans risque, dès qu'elle se distingue d'un simple arbitrage sur les prix. Si elle est mise en oeuvre par une firme, aussi efficace soit elle, elle ne peut en effet être instantanée. Or, pendant ce temps de mise en oeuvre, de nouvelles opportunités auront pu être découvertes par d'autres entrepreneurs, rendant sans intérêt la première citée. De même, l'opportunité découverte peut se révéler être moins profitable que prévu, compte tenu des investissements nécessaires. Enfin, dans certains cas, la firme peut ne pas parvenir à mettre en place les moyens nécessaires à l'exploitation de sa découverte. Dans les trois cas, la prise de risque est liée non pas tant à la découverte elle-même, qu'aux conditions de son exploitation. Or, dans le cas d'une firme, le choix consistant à saisir une opportunité plutôt qu'une autre est aussi lié à un coût d'opportunité. L'information n'étant plus découverte par la vigilance d'un seul individu mais par celle de plusieurs, les opportunités de coordination sont multipliées. Il est alors indispensable de faire un choix, impliquant coût d'opportunité et risque.

La fonction d'entrepreneur peut ainsi être scindée en deux contenus distincts. D'abord la vigilance, qui permet de découvrir des informations et des opportunités de profit, mais qui n'implique pas de prise de risque en tant que telle ; ensuite l'exploitation de l'opportunité découverte, qui implique, elle, une prise de risque et des investissements de ressources. Si ces deux contenus sont totalement indissociables dans le cerveau d'un entrepreneur individuel, nous faisons l'hypothèse qu'ils peuvent l'être lorsqu'il s'agit de la firme. Alors que la vigilance de la firme peut être assurée par les individus composant la firme, la décision impliquant la prise de risque ne peut être prise que par un petit groupe de personnes détenant les ressources. Leur rôle est de décider de l'allocation des ressources lorsque la firme a découvert des

opportunités totalement ignorées jusque là, qui ne pouvaient donc être prévues dans des contrats¹⁴.

L'objet de la seconde partie est précisément d'étudier la séparation de ces deux contenus de la fonction entrepreneuriale, vigilance et décision, au sein de la firme, pour mettre en place une vision dynamique du management stratégique. La question centrale devient alors : Dans une approche restant cohérente avec l'individualisme méthodologique (Vanberg, 1992), comment une firme peut-elle avoir un comportement entrepreneurial?¹⁵

II. L'APPORT D'UNE APPROCHE AUTRICHIENNE DE LA FIRME AU MANAGEMENT STRATEGIQUE

L'approche autrichienne est plus attachée à l'étude des institutions publiques et à leur rapport avec les individus, qu'aux institutions économiques, c'est à dire les firmes. La fin de la partie précédente tend pourtant à montrer qu'on peut mettre en place une théorie nouvelle de la firme, fondée sur les concepts autrichiens d'entrepreneur et de processus de marché. Pour ce qui est du management stratégique, l'intégration de ces concepts permet de traiter la question cruciale du développement des compétences. Le raisonnement nous amènera ainsi à définir certaines propositions correspondant aux apports d'une conception autrichienne de la firme au management stratégique.

1. Entrepreneurship et création de compétences nouvelles

Dans le raisonnement autrichien, c'est la vigilance de l'entrepreneur qui lui permet de découvrir des informations jusqu'alors ignorées parce que dispersées dans la société. Afin de bâtir une théorie autrichienne de la firme, et donc de déterminer en quoi une firme peut être vigilante, il convient donc de comprendre quelles sont les composants de cette vigilance.

¹⁴ Il est intéressant de noter qu'une théorie de la firme ne peut alors se départir d'un raisonnement portant sur les droits de propriété, et par conséquent sur les notions de hasard moral ou d'opportunisme (Foss, 1996). C'est ici que la vision autrichienne est vraisemblablement complémentaire d'une approche dynamique en terme de coûts de transaction (Langlois, 1988).

¹⁵ Cette question a déjà été évoquée par Rumelt (1987), mais ce dernier ne se réfère pas à une vision autrichienne de l'entrepreneurship.

a) Compétences et vigilance

Le concept de vigilance a été introduit dans l'analyse autrichienne par Kirzner (1973), qui la présente comme un acte de perception pure et simple. Toutefois, comme le note Rothbard (1995), cet acte de perception dépend aussi d'éléments divers qui fondent le jugement de l'entrepreneur. Quels sont ces éléments ? Il convient, pour le comprendre, de revenir à la définition de l'information donnée par Hayek. Pour Hayek (1945), l'information a trois caractéristiques. Elle est d'abord privée, c'est à dire qu'elle dépend de la subjectivité de l'individu qui la détient. Elle ne peut donc être transmise « brute » à un autre individu. Son contenu dépend de l'individu qui la détient, et lui est en partie indissociable. L'information est ensuite empirique, relative à un certain lieu et à un certain moment. Elle est, enfin, coûteuse à communiquer et à se procurer. Cette argumentation donne à penser que l'information exploitée par l'entrepreneur dépend de ses savoir-faire propres, qui sont en grande partie tacites, et qui ne peuvent donc être facilement communiqués ou imités. Ce sont ces savoir-faire, fruits de son histoire antérieure, qui permette à l'entrepreneur de décoder l'environnement externe d'une manière qui lui est propre et à laquelle d'autres n'avaient pas pensé.

Le terme de compétence est d'ailleurs employé par certains auteurs se réclamant de l'Ecole autrichienne comme Vanberg (1993). Dans une veine très « hayékienne », Vanberg définit les compétences comme des règles internes, décomposées en routines, qui permettent aux individus au sein de l'entreprise de traiter des informations en les rapprochant d'informations traitées antérieurement par la firme. Les informations obtenues sont en effet toujours distinctes les unes des autres, mais peuvent être rangées au sein de catégories déjà connues. Les individus au sein de l'entreprise n'ont pas alors à faire des choix rationnels chaque fois qu'une informations est à traiter. Ce type de raisonnement est proche de ceux menés par Simon (1947) lorsqu'il décrit le champ de la rationalité limitée.

b) Le rôle fondamental de la création de compétences nouvelles

Il y a donc chez les autrichiens une véritable théorie de l'apprentissage, proche de celle développée par les nouvelles théories du management stratégique, qui voient la firme comme un ensemble de compétences et de ressources (Barney, 1986 ; Dierickx et Cool, 1989 ; etc.). Toutefois, force est de constater que ces dernières sont en fait des théories de l'équilibre, et non pas du déséquilibre. Elles prennent bien en compte le fait que l'expérience accumulée a

une importance pour la décision stratégique au sein de la firme, en déterminant la nature de ses compétences, mais elles visent ensuite à évaluer les barrières à l'imitation des compétences à un instant t . Une firme qui a des compétences rares et très peu imitables obtient un avantage concurrentiel durable, qu'il s'agit de protéger. La prescription stratégique qui découle de cette analyse est donc que les entreprises doivent développer des ressources rares et peu imitables. Cette analyse est par essence statique dans la mesure où l'évaluation de l'imitabilité des ressources se fait à un instant t et est donc relative à cet instant. En ce sens, la théorie de la ressource n'apparaît pas plus dynamique que l'approche de Porter (1985) : il n'est question que de gestion des rentes actuelles, et pas de découverte de nouvelles sources de rentes.

Or, un des premiers enseignements de la théorie autrichienne est que, quand on introduit le changement temporel au sein de l'analyse, les positions concurrentielles ne sont jamais figées. L'innovation continue, engendrée par l'action des entrepreneurs, mène à une remise en cause de la valeur et de l'imitabilité des compétences et des ressources. Ainsi, certaines ressources produisaient un avantage concurrentiel à un instant t , mais plus à l'instant $t+1$. L'élément crucial pour le management stratégique n'est donc pas seulement le degré d'imitabilité des ressources actuelles, mais les possibilités de ressources futures.

Proposition 1 : La concurrence est avant tout une force inhérente au processus de marché, si bien que ce ne sont pas les compétences actuelles de l'entreprise, quel que soit leur niveau d'imitabilité ou de substituabilité, qui garantissent le maintien d'une rente de long terme, mais sa capacité à développer des compétences nouvelles.

Les théoriciens de la ressource sont, eux, peu convaincants quand il s'agit de cette question du développement des ressources nouvelles¹⁶. Collis et Montgomery (1995) évoquent par exemple le choix des compétences nouvelles à acquérir ou à développer, en indiquant qu'elles doivent être rares et peu imitables pour garantir l'avantage concurrentiel futur de la firme. Pourtant, jamais ils n'expliquent comment sont créées les nouvelles ressources rares et peu imitables. Ainsi, toute une partie de la théorie reste encore à développer, qui concerne le développement et la création de compétences nouvelles.

C'est en cela que l'apport d'une théorie autrichienne de la firme telle qu'elle est définie dans la première partie nous semble primordiale pour le management stratégique. La firme est créée quand :

- une opportunité stratégique a été découverte ;
- son exploitation nécessite des compétences que la firme n'a pas encore, mais qu'elle est la seule à pouvoir développer du fait du caractère non transférable de l'information concernant la découverte ;
- l'opportunité semble promettre des rentes importantes et/ou un risque supportable.

Proposition 2 : Le développement de compétences nouvelles au sein de la firme est déterminé à la fois par sa vigilance, qui fait naître des opportunités stratégiques jusqu'alors ignorées, et par ses décisions, par laquelle elle arbitre entre les opportunités découvertes.

2. Le contenu de la vigilance

Dans la mesure où ce sont les compétences tacites de la firme qui constituent sa vigilance, ce sont elles aussi qui assurent son développement. Elles ont alors un rôle important dans la coordination d'informations nouvelles, permettant la découverte d'opportunités stratégiques encore ignorées. Cela nous amènera à distinguer deux types de compétences, jouant un rôle informationnel différent.

a) Le rôle informationnel des compétences

Pour l'économie évolutionniste et la théorie de la ressource, les compétences ne sont en fait que des routines déterminant des savoir-faire parfaitement maîtrisés par la firme. Pour Teece, Dosi et Winter (1990) l'évolution des compétences ne vient en fait que de la transformation de compétences complémentaires en compétences clés (Coriat et Weinstein, 1994). Le changement est conditionné par des ruptures dans l'environnement externe de la firme, qui lui sont totalement exogènes¹⁷, et à l'occasion desquelles elle doit puiser dans son réservoir de compétences existantes. En revanche, la création de compétences véritablement nouvelles n'apparaît pas dans leur raisonnement.

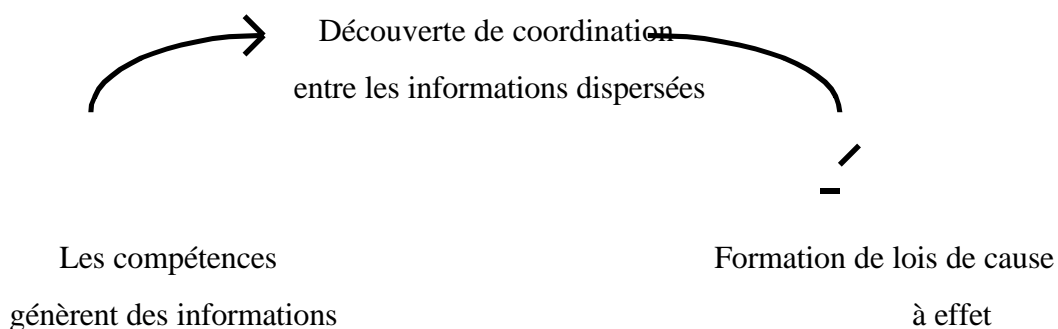
¹⁶ Il y a d'ailleurs très peu de littérature sur la création de connaissances et de compétences nouvelles, comme le soulignent Nonaka et al. (1994), pp.338.

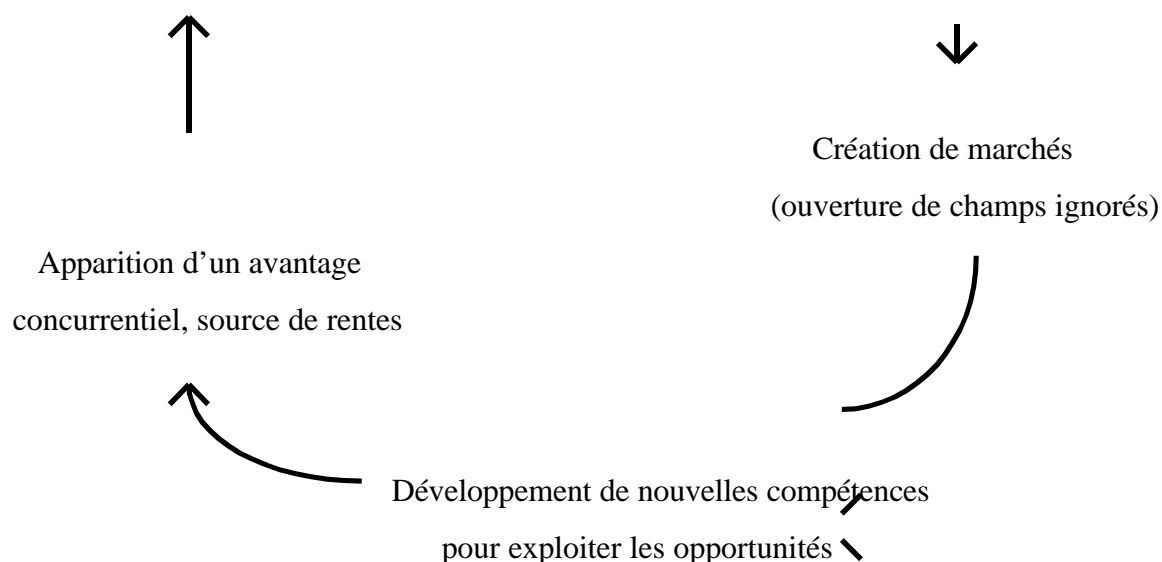
¹⁷ La référence des évolutionnistes à Schumpeter est sur ce point très sensible.

Pour expliquer comment se développent des compétences nouvelles, il faut, à notre sens, prendre en compte une dimension souvent omise : le rôle informationnel des compétences. Les compétences ne sont pas seulement composées de routines qui s'améliorent au fil du temps et de l'expérience, mais aussi de lois de causes à effets que l'entreprise découvre. Ces lois de cause à effet, qui ne sont pas encore des routines exécutées de manière tacite, émergent du fait des observations répétées des individus concernant l'évolution des savoir faire internes de l'entreprise et des changements externes de l'environnement concurrentiel. En d'autres termes, les compétences sont aussi composées d'un savoir-faire tacite permettant le repérage d'information détenue par d'autres agents économiques, qui ne l'apprécient pas au mieux. Ce sont donc les relations récurrentes avec d'autres agents économiques (fournisseurs, clients, concurrents,...), combinées au savoir-faire dont dispose déjà la firme, qui font apparaître des lois de cause à effet jusqu'alors ignorées, et donc des opportunités stratégiques (champs de marché nouveaux pas encore exploités). Pour exploiter ces opportunités stratégiques, l'entreprise tente alors de créer de nouvelles compétences, sans toutefois être certaine ni d'y parvenir, ni de la totalité des compétences qu'il conviendra de créer. C'est ici que se situe le risque lié à la découverte entrepreneuriale. Nous y reviendrons par la suite.

En outre, notons que les compétences ne permettent pas seulement à l'entreprise de répondre avec efficacité aux contraintes de son environnement, mais aussi, en découvrant de nouvelles opportunités, de façonner un nouvel environnement. Les compétences deviennent alors une dimension active de l'entreprise, facteur de dynamique, ce qu'elles ne sont ni dans la théorie de la ressource, ni même dans l'approche évolutionniste.

Dynamique de la création de compétences nouvelles





Proposition 3 : La vigilance de l'entreprise repose sur ses compétences, qui permettent de rassembler et de coordonner des informations jusque là dispersées. C'est de cette dimension informationnelle des compétences que naissent les opportunités stratégiques, qui, si l'entreprise les exploite, donnent lieu à la création de compétences nouvelles.

A ce stade de la réflexion, il convient de préciser le contenu des opportunités découvertes par la firme, et de les distinguer des compétences. Le schéma de réflexion proposé ci-dessus distingue en effet deux réalité bien distinctes : d'abord les compétences, qui permettent de faire naître les opportunités, en coordonnant des informations dispersées, puis de les exploiter, créant de nouvelles compétences, et les opportunités elles-mêmes, qui correspondent à des niches sur un marché, à la production de nouveaux produits, à des réduction de coûts permettant de dégager une rente différentielle,....

Ainsi, le développement de nouvelles compétences n'est pas le but premier d'une opportunité stratégique, mais à la fois l'accompagne et la permet. Cette remarque tend aussi à remettre en cause les raisonnements de ceux qui se concentrent uniquement sur l'imitation des compétences. Une entreprise n'imité pas les compétences d'une autre firme, mais essaie, par des chemins qui lui sont propres de produire les mêmes biens ou les mêmes services qu'un concurrent. Quand Compaq décide de pénétrer le marché des micro-ordinateurs personnels pour concurrencer le monopole d'IBM, son objectif n'est pas d'en reproduire les routines et

les compétences, mais de créer de nouvelles compétences permettant de fournir des clones de l'IBM PC, aussi performants à un prix plus faible. L'opportunité entrepreneuriale est donc née d'un double flux d'information, venant à la fois des compétences des membres de Compaq, qui permettait de produire des clones de PC sans violer les brevets d'IBM, et des compétences de marché qui fournissaient des informations concernant les prix d'IBM et l'élasticité de la demande de PC à un prix inférieur (Hill et Deeds, 1996)¹⁸. Cet exemple indique que, pour bien comprendre de quelle nature est la vigilance d'une entreprise, il est nécessaire de prendre ce double flux d'informations que font naître les différentes compétences de la firme.

b) Les deux types de compétences de la firme

La théorie de la ressource aussi bien que l'économie évolutionniste, sans doute du fait de leur jeunesse, restent pour l'instant un champ peu structuré. Il n'existe pas, notamment, de segmentation des ressources acceptée par tous les auteurs (Tywoniak, 1997). Un certain nombre s'y sont pourtant essayés (Hamel, 1994 ; Markides et Williamson, 1996 ; Miller et Shamsie, 1996 ; etc.). Le point commun de ces différentes segmentations est de considérer que la firme est composée de ressources, c'est à dire d'un stock (hardware) d'actifs éventuellement échangeables sur un marché, et de compétences organisationnelles (software) reposant sur des savoirs tacites, fruits d'un apprentissage, qu'il est impossible d'obtenir sur un marché (Dierickx et Cool, 1989). Les compétences permettent de coordonner efficacement les ressources (Barney, 1986). Toutefois, force est de constater que, chez tous les auteurs, ce sont toujours les compétences qui déterminent l'avantage concurrentiel. Les ressources peuvent y participer à cet avantage, mais seulement dans la mesure où elles sont co-spécialisées avec des compétences (Teece, 1980). On peut alors renoncer à cette distinction entre ressources et compétences, pour ne conserver que l'un ou l'autre des deux termes. Nous parlerons ici de compétences fondamentales pour exprimer les compétences tacites ou les ressources co-spécialisées avec certaines compétences, grâce auxquelles la firme obtient un avantage concurrentiel. La caractéristique de ces compétences fondamentales, dans une optique autrichienne, est de fournir des informations sur les savoir faire internes de l'entreprise (technologies, capacité à baisser les prix,...). Elles correspondent aux relations que peuvent avoir les individus entre eux au sein de l'entreprise, ou aux relations que l'entreprise peut avoir avec des fournisseurs ou des concurrentes au sein d'alliances stratégiques.

¹⁸ pp. 444

Ces compétences fondamentales doivent être distinguées des compétences relationnelles, qui fournissent, elles, des informations sur l'environnement externe de l'entreprise (niveau des prix, besoins des clients, stratégies et ressources des autres entreprises,...). Ces compétences naissent des relations que l'entreprise peut avoir avec des clients, de l'observation des concurrents ou de l'observation d'autres marchés.

La distinction entre les deux types de compétences ne portent pas sur leur imitabilité plus ou moins grande ou sur leur caractère plus ou moins tacite, mais sur les flux d'informations qu'elles font naître et sur la nature des informations dispersées qu'elles permettent de rapprocher et de coordonner.

Proposition 4 : L'entreprise dispose de deux types de compétences, chacune ayant une dimension informationnelle propre : d'abord les compétences fondamentales, qui font naître des informations concernant l'étendu de ses savoir-faire internes (technologies, capacité à baisser les prix, actifs spécifiques,...) ; ensuite les compétences de marché, qui engendrent des informations concernant l'extérieur de l'entreprise (élasticité de la demande, attentes des clients, niveaux des prix, stratégies des concurrents,...).

Distinguer deux types de compétences suggère aussi qu'il y a différents types de découvertes, selon les flux d'informations nouvelles qui ont pu être coordonnés au sein de la firme. Cette distinction n'a pas lieu d'être pour l'entrepreneur individuel, chez qui compétences relationnelles et compétences fondamentales sont indissociables, mais est inévitable dès qu'il s'agit d'une firme composée d'individus ayant des rôles, des savoir-faire et des modes de communication avec l'extérieur qui diffèrent.

3. Types de découverte et choix stratégique

a) Les trois types de découverte entrepreneuriale au sein de la firme

Alors que, pour l'entrepreneur individuel, compétences relationnelles et compétences fondamentales sont directement coordonnées, ce qui rend toute distinction superflue, raisonner à l'échelle d'une organisation requiert la distinction entre ces compétences. Cette distinction en

entraîne une autre, correspondant au type de découverte que permet la firme. On distingue ainsi trois sortes de découvertes. En premier lieu, la découverte peut venir d'informations issues seulement des compétences fondamentales. Il s'agit alors de « **découverte industrielle** ». La firme décide alors de valoriser ses savoir-faire dans des domaines qu'elle ne connaît pas encore, et pour lesquels elle n'a pas de compétences relationnelles spécifiques. Ce comportement est parfois celui du monopole qui, faute de concurrence, se préoccupe de moins en moins des fluctuations de la demande des clients.

En second lieu, la découverte peut venir d'informations issues uniquement des compétences relationnelles, c'est à dire du repérage de niches stratégiques sur les marchés. Nous la nommons « **découverte de marché** ». Tout le problème pour la firme est alors de développer des compétences fondamentales permettant d'exploiter cette opportunité stratégique, découverte par la mise en relation d'informations concernant les marchés, les clients ou les concurrents.

Enfin, en troisième lieu, la découverte peut venir d'informations issues à la fois des compétences relationnelles et des compétences fondamentales. Nous parlerons à son sujet de « **découverte conjointe** », dans la mesure où elle naît de l'articulation des deux types de compétences.

Proposition 5 : On distingue trois grands types de découvertes que permet la vigilance de la firme : la découverte industrielle, la découverte conjointe et la découverte de marché.

Les compétences de la firme, que ce soit des compétences fondamentales ou des compétences relationnelles, permettent donc de découvrir des opportunités stratégiques ignorées, nécessitant à leur tour la création de compétences nouvelles. Ce sont donc les compétences qui garantissent le développement d'autres compétences, mais dans une logique qui ne tient pas nécessairement de la dépendance de sentier. La trajectoire de l'entreprise peut être infléchie par les poches d'ignorance qu'elle découvre (Langlois, 1986), et non pas seulement par des contraintes de l'environnement extérieur comme chez les évolutionnistes (Dosi, Teece et Winter, 1990). Il convient alors d'étudier la rente et le risque liés à chacune. En effet, comme nous l'évoquions précédemment, on ne peut se départir totalement, dans une perspective

autrichienne, de la prise de décision rationnelle liée à l'action entrepreneuriale. La firme demeure un ordre planifié, dépendant de choix rationnels. Voir la firme comme un ensemble de compétences ne doit pas faire oublier cela, sans quoi la firme devient un ordre spontané, qui évolue sans qu'aucune considération stratégique ne vienne s'y mêler (Foss, 1994^a).

b) Risque et rente liés aux trois formes de découverte

A la différence de l'entrepreneur individuel, pour qui vigilance et prise de décision sont indissociables, ils le sont quand on considère la firme. La subjectivité d'une firme, si tant est qu'on puisse utiliser ce terme abusif, peut donc être approchée de plus près que la subjectivité d'un entrepreneur individuel. Comme nous l'avons fait, il est possible de décortiquer les éléments constitutifs de sa vigilance, en distinguant compétences relationnelles et compétences fondamentales, mais aussi d'évaluer le risque et la rente liés à chaque type de découverte. Il ne s'agit pas ici d'amoindrir le rôle de la subjectivité du décideur, mais de déterminer, sur le plan logique, comment ces types de découverte peuvent être hiérarchisés. Cela n'enlève rien au fait que la décision stratégique finale ne peut être connue avec précision car elle relève de cette subjectivité incontournable du décideur (de sa préférence pour le présent et de son aversion pour le risque).

Nous avons souligné le fait que le comportement entrepreneurial ne pouvait se comprendre sans une prise de risque (Rothbard, 1985), même si on accepte l'approche autrichienne du processus de marché. Comme nous l'avons évoqué précédemment, dans le cas d'une firme, le risque vient du fait qu'elle peut parfois ne pas parvenir à développer les compétences nécessaires à l'exploitation de la découverte entrepreneuriale. Cet échec peut avoir trois causes :

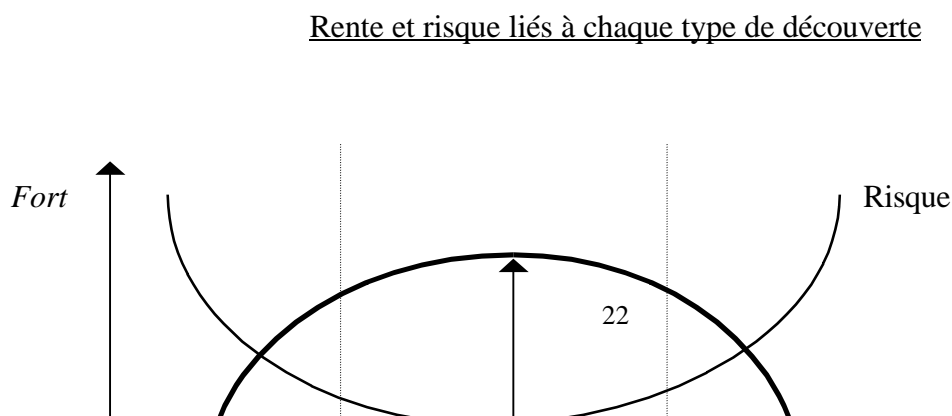
- soit la firme ne parvient pas à développer les compétences fondamentales qui auraient servi à produire le bien ou le service pour lequel ses compétences relationnelles avaient repéré un marché nouveau (ou une possibilité d'imitation) ;
- soit la firme échoue dans le développement des compétences relationnelles suffisantes pour commercialiser le bien ou le service dans les meilleures conditions, alors que les compétences fondamentales ont, elles, permis de développer ce nouveau bien ou service ;
- soit la firme échoue dans les deux domaines.

Ces risques sont les plus élevés quand la découverte de l'opportunité stratégique est fondée soit seulement sur les compétences relationnelles, soit seulement sur les compétences fondamentales. Ainsi, la firme minimise le risque quand elle exploite une opportunité engendrée à la fois par des informations issues des compétences fondamentales et des compétences relationnelles, c'est à dire dans le cas de ce que nous avons appelé une « découverte conjointe ».

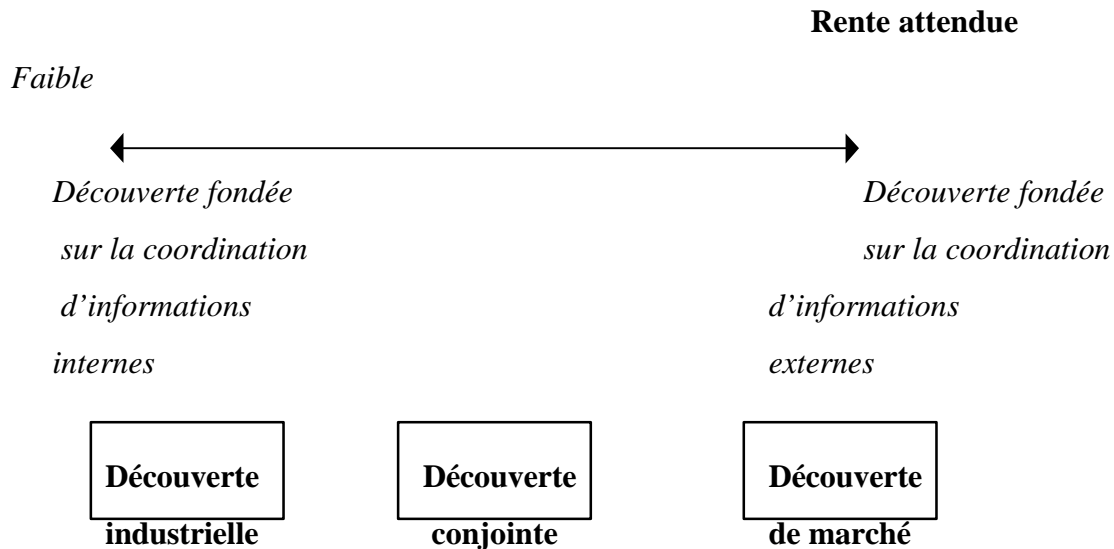
C'est aussi dans ce cas que la rente attendue par la firme est la plus élevée. En effet, les informations, internes et externes, nécessaires à l'exploitation de l'opportunité stratégique ayant été engendrées par des compétences spécifiques à la firme, les compétences développées en conséquence seront nécessairement rares, peu imitables et difficilement substituables. On retrouve ici les caractéristiques clés mises en lumière par la théorie de la ressource, mais dans une perspective dynamique intégrant le développement de compétences.

Proposition 6 : C'est la « découverte conjointe » que la firme doit à terme privilégier pour espérer obtenir une rente de long terme et limiter les risques liés au développement des compétences nouvelles.

Le graphique suivant synthétise notre propos concernant l'évaluation des risques et des rentes liés à la création de ressources nouvelles.



Découverte
optimale



CONCLUSION

Alors que les approches institutionnelles connaissent un certain succès auprès des auteurs étudiant les firmes, celle de l'Ecole autrichienne a donné lieu à peu de travaux. L'objectif de cet article était de montrer qu'il s'agit là d'un vide qui doit être rapidement comblé. L'approche autrichienne nous semble en effet receler des éléments permettant de combler des manques explicatifs très importants, notamment pour ce qui concerne les relations entre les compétences et l'environnement externe de la firme, et les phénomènes de création de compétences qui en découlent. Les concepts de vigilance, de découverte entrepreneuriale et de création de marchés nouveaux sont alors incontournables.

Compte tenu de ses limites actuelles, l'approche proposée ici nous semble aussi pouvoir stimuler la recherche en management stratégique dans au moins trois domaines. Le premier est de nature théorique. Toute une réflexion reste à mener qui concerne les formes organisationnelles les plus efficaces pour mener à la meilleure circulation possible des

informations issues des deux types de compétences de la firme. Nous avons supposé, en quelque sorte, que l'information circulait sans difficulté à l'intérieur de la firme pour mener à la découverte d'une opportunité stratégique. Dans bien des cas, la situation est loin d'être aussi idéale, ce qui nécessite la prise en compte des coûts d'agence et de transaction internes à la firme (Foss, 1994^b). Les travaux d'Aoki (1990), mettant l'accent sur l'importance de la coordination horizontale entre unités opérationnelles en vue d'un partage de l'expérience, nous semblent aller dans ce sens, même si les considérations stratégiques y sont pratiquement absentes. De même, la comparaison des formes d'organisations externes permettant le développement plus rapide de certaines compétences, comme chez Quélin (1995) ou Rugraff, devraient être rapprochée de notre approche fondée sur la découverte d'opportunités encore ignorées.

En second lieu, la présente recherche présente la limite importante de se positionner dans un environnement purement concurrentiel, sans influence institutionnelle. Le développement des compétences ne peut pourtant être du même type dans un environnement réglementé, ou déréglementé, et dans un environnement purement concurrentiel. Il s'agit notamment d'intégrer d'autres types de compétences, les compétences politiques, pour comprendre la cohérence des firmes réglementées (Bonardi, 1996).

Sur un plan empirique, enfin, il conviendrait d'imaginer une méthodologie capable de montrer que les rentes détenues par certaines firmes sur long terme ne sont pas dues ni aux structures de marché, ni même à des compétences figées que les autres ne pourraient copier, mais au développement continu de compétences nouvelles fondé sur des « découvertes conjointes ». Des travaux empiriques existent déjà qui étudient le maintien de résultats « supranormaux » alors que les structures de marché ont, elles, évolué (Cubbin et Geroski, 1987 ; Jacobsen, 1988). C'est dans cette direction que doivent se diriger des recherches futures, tout en intégrant le rôle de découverte des compétences de la firme.

BIBLIOGRAPHIE

- Aoki, M., 1990, "Toward an Economic Model of the Japanese Firm", **Journal of Economic Literature**, vol.28, Mars, pp.1-27
- Barney, J.B., 1986, "Strategic Factor Markets : Expectations, Luck and Business Strategy", **Management Science**, vol.32

- Bonardi, J.P., 1996, « Does Deregulation Create Opportunities for Rent-Seeking Activities or for Market Activities ? », Acte de la 6ème Conférence de la J.A. Schumpeter Society, Stockholm, juin
- Bramoullé, G., 1995, "Apriorisme et Faillibilisme : en défense de Rothbard contre Popper", **Journal des Economistes et des Etudes Humaines**, vol.VI, n° 1, mars, pp.91-104
- Buchanan, J.M., Di Piero, A., 1980, "Cognition, Choice and Entrepreneurship", **Southern Economic Journal**, n° 46, January, pp.693-701
- Casson, M., 1991, L'Entrepreneur, Economica, collection Gestion
- Coase, R., 1937, "The Nature of the Firm", Traduction Française : Revue Française d'Economie, II, hiver 1987
- Collis, D.J., Montgomery, C.A., 1995, "Competing on Resources : Strategy in the 1990s", **Harvard Business Review**, July-August
- Commons, J.R., 1934, Institutional Economics, Madison : University of Wisconsin Press
- Coriat, B., Weinstein, O., 1995, Les Nouvelles Théories de l'Entreprise, Librairie Générale Française, collection Livre de poche
- Cubbin, J., Geroski, P., 1987, "The Convergence of Profits in the Long Run : Inter-Firm and Inter-Industry Comparisons", **The Journal of Industrial Economics**, vol.XXXV, pp.427-442, June
- Dierickx, I., Cool, K., 1989, "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage", **Management Science**, 35, pp.1504-1510
- Dosi, G., Teece, D., Winter, S., 1990, "Les Frontières des Entreprises : vers une Théorie de la Cohérence de la Grande Entreprise", **Revue d'Economie Industrielle**, n° 51, 1er trimestre, pp.238-254
- Foss, N.J., 1996, "Knowledge-based Approaches to the Theory of the Firm : Some Critical Comments", **Organization Science**, vol.7, n°5, septembre-octobre, pp.470-476
- Foss, N.J., 1994^a, "The Theory of the Firm : the Austrians as Precursors and Critics of Contemporary Theory", **The Review of Austrian Economics**, vol.7, n° 1, pp-31-65
- Foss, N.J., 1994^b, "Why Transaction Cost Economics needs Evolutionary Economics", **Revue d'Economie Industrielle**, n° 68, 2ème trimestre, pp.7-26
- Glais, M., 1992, "Quelques Propos anti-conformistes sur deux Concepts "tabous" : Discrimination et Transparence", **Bulletin de l'Institut du Commerce et de la Consommation**, n° 29, Décembre 1992
- Hamel, G., 1994, "The Concept of Core Competence", in Competence Based Competition, edited by G.Hamel et A.Heene, Chapitre 1, pp.11-34, The Strategic Management Series, John Wiley & Sons
- Hayek, F.A., 1979, Law, Legislation and Liberty : A New Statement of the Liberal Principles of Justice and Political Economy, Volume III, The political Order of a free People, Londres et Henley, Routledge & Kegan Paul
- Hayek, F.A., 1978, New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas, Chicago : University of Chicago Press
- Hayek, F.A., 1949, "The Meaning of Competition", in F.A Hayek Individualism and Economic Order, Londres : Routeledge and Kegan Paul (1959), pp.92-106
- Hayek, F.A., 1945, "The Use of Knowledge in Society", **American Economic Review**, 35, pp.519 à 530
- Hill, C.W., Deeds, D.I., 1996, "The Importance of Industry Structure for the Determination of Firm Profitability : a Neo-Austrian Perspective", **Journal of Management Studies**, vol.33, n°4, july

- Ikeda, S., 1991, "L'analyse du Processus de Marché dans l'Organisation Industrielle : Kirzner, la Contestabilité et Demsetz", **Journal de Economistes et des Etudes Humaines**, vol.II, n° 4, Décembre, pp.479-498
- Ikeda, S., 1990, "Market-Process Theory and "Dynamic" Theories of the Market", **Southern Economic Journal**, n° 57, July, pp.71-92
- Jacobsen, R., 1988, "The Persistence of Abnormal Returns", **Strategic Management Journal**, vol.9, pp.415-430
- Jacobson, R., 1992, "The "Austrian" School of Strategy", **Academy of Management Review**, vol.17, n° 4, pp.782-807
- Kirzner, I.M., 1992, The Meaning of Market Process, New York : Routledge
- Kirzner, I.M., 1979, Perception, Opportunity and Profit, Chicago : University of Chicago Press
- Kirzner, I.M., 1973, Competition and Entrepreneurship, Chicago : University of Chicago Press
- Knight, F., 1921, Risk, Uncertainty and Profit, Boston Mass, Houghton Mifflin
- Lachmann, L.M., 1976, "From Mises to Schackle : an Essay on Austrian Economics and the Kaleidic Society", **Journal of Economic Literature**, n° 14, March
- Lachmann, L.M., 1975, "Carl Menger and the Incomplete Revolution of Subjectivism", **Atlantic Economics Journal**, vol.6, n° 3, pp.57-59
- Langlois, R.N., 1990, Economics as a Process, Cambridge University Press
- Langlois, R.N., 1988, "Economic Change and the Boundaries of the Firm", **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, vol.144, n° 4, Septembre, pp.635-657
- Langlois, R.N., 1986, "Coherence and Flexibility : Social Institutions in a World of Radical Uncertainty", in **Subjectivism, Intelligibility and Economic Understanding**, New York : University Press
- Markides, C.C., Williamson, P.J., 1996, "Corporate Diversification and Organizational Structure : a Resource-Based View", **Academy of Management Review**, vol.39, n° 2, pp.340-367
- Menger, C., 1871, Principles of Economics, Traduit par J.Dingwall et B.F. Hoselitz, New York University Press (1981)
- Miller, D., Shamsie, J., 1996, "The Resource-Based View of the Firm in two Environments : the Hollywood Film Studios from 1936 to 1965", **Academy of Management Journal**, vol.39, n° 3, pp.519-543
- Mises, L. von, 1949, Human Action, Henry Regnery Company, Chicago, traduction française : L'Action Humaine, 1985, PUF, Collection Libre Echange
- Mises, L. von, 1920, "Economic Calculation in the Socialist Commonwealth", in **Collectivist Economic Planning**, Hayek, F., Routledge and Sons, 1935
- Montgomery, C.A., 1995, Resource-Based and Evolutionary Theories of the Firm - Towards a Synthesis, Kluwer Academic Publisher
- Nelson, R.R., Winter, S.G., 1982, An Evolutionary Theory of Economic Change, Cambridge M.A. : Harvard University Press
- Nonaka, I., Byosiere, P., Borucki, C.C., Konno, N., 1994, "Organizational Knowledge Creation : A first Comprehensive Test", **International Business Review**, vol.3, n° 4, pp.337-351
- O'Driscoll, G.P.Jr, 1990, "Competition as a Process : a Law and Economics Perspective", in Economics as a Process, édité par R.Langlois, Cambridge University Press, chapitre 7, pp.153-170
- Oury, J.M., 1983, Economie Politique de la Vigilance, Calmann-Lévy, collection Perspectives de l'Economique
- Peteraf, M.A., 1993, "The Cornerstones of Competitive Advantage : a Resource-Based View", **Strategic Management Journal** , vol.14, pp.179-191

- Polanyi, M., 1958, Personal Knowledge : Towards a Post-Critical Philosophy, Chicago : University of Chicago Press
- Porter, M., 1990, The Competitive Advantage of Nations, New York : Free Press
- Prahalad, C.K., Hamel, G., 1990, "The Core Competence of the Corporation", **Harvard Business Review**, pp.79-91
- Quélin, B., 1995, "Competences of the Firm and Strategic Alliances : Creation of new Capabilities and Appropriability", **Cahier de recherche, Groupe HEC**, n° 555
- Rizzo, M., O'Driscoll, G., 1985, The Economics of Time and Ignorance, Basic Blackwell
- Rothbard, M.N., 1995, "The Present State of Austrian Economics", **Journal des Economistes et des Etudes Humaines**, vol.VI, n° 1, mars, pp.43-90
- Rothbard, M.N., 1991, Economistes et Charlatans, Paris, Les Belles Lettres
- Rothbard, M.N., 1985, "Professor Hebert on Entrepreneurship", **Journal of Libertarian Studies**, vol.VII, n° 2, Fall, pp.281-286
- Rugraff, E., 1995, "Les Formes d'Organisation intermédiaires et la Création de Ressources", **Journal des Economistes et des Etudes Humaines**, vol. VI, n° 2-3, juin-septembre
- Rumelt, R.P., 1987, "Theory, Strategy and Entrepreneurship", in The Competitive Challenge, D.J. Teece, Cambridge, MA : Ballinger, pp.137-159
- Schumpeter, J.A., 1934, The Theory of Economic Development, Cambridge, Mass : Harvard University Press
- Simon, H.A., 1947, Administrative Behavior, New York : MacMillan, 2ème Edition (1961)
- Smith, A., 1776, An Inquiry into the nature and causes of the Wealth of Nations
- Streissler, E., 1972, "To What Extent was the Austrian School Marginalist ?", **Hope**, n° 4, vol.2, pp.426-441
- Teece, D.J., 1980, "Economics of Scope and the Scope of an Enterprise", **Journal of Economic Behavior and Organization**, September, pp.223-247
- Vanberg, V., 1993, "Rational Choice, rule following and Institutions", in Rationality, Institutions and Economic Methodology, Mäki et Gustaffson, Routledge, Chapitre 7, pp.171-200
- Vanberg, V., 1992, "Organizations as Constitutional Systems", **Constitutional Political Economy**, vol.3, n° 2, pp.223-253
- Vaughn, K.I., 1990, "The Mengerian Roots of the Austrian Revival", **History of Political Economy**, Supplément annuel au vol.XXII, édité par Caldwell B.J., Carl Menger and its Legacy in Economics
- Veblen, T., 1919, "Why is Economics Not an Evolutionary Science ?", **Quarterly Journal of Economics**, vol.12, pp.373-397, réédité dans The Place of Science in Modern Civilisation, New York : W.B. Huebsch, 1989
- Williamson, O.E., 1985, The Economic Institutions of Capitalism, New York, Free Press
- Williamson, O.E., 1975, Market and Hierarchies, New York, Free Press
- Young, G., Smith, K.G., Grimm, C.M., 1996, "Austrian and Industrial Organization Perspectives on Firm-level Competitive Activity and Performance", **Organization Science**, vol.7, n°3, may-june, pp.243-254