A Multi-Method Exploration of Individual and Social Mechanisms in Environmental Entrepreneurship

Thesis summary – Yasmin SCHWEGLER

HEC Lausanne, May 2023

This thesis explores how mechanisms on the individual and social level influence the attractiveness and the success of environmental entrepreneurship. In the first chapter, we compare environmental and conventional entrepreneurs in a qualitative multi-case study. Our results about the activist or opportunist nature of different environmental entrepreneurs provide insights for initiatives that intend to foster environmental entrepreneurship, regarding the need to adapt their policies and programs to the type of environmental entrepreneur. The second chapter provides an overview of the individual and social-level drivers and hindrances of environmental entrepreneurship. We complement the extant knowledge about environmental entrepreneurs and their stakeholders with literature about environmental attitudes, behavior, social norms, and legitimacy. Our resulting conceptual model explains how environmental entrepreneurship can be fostered and hindered through the individual and social valuation of environmental value. In the third chapter, we use an experiment to test whether several different forms of awareness of environmental problems lead to environmental entrepreneurial intent. The findings clarify that only public and not personal awareness have a positive effect on environmental entrepreneurial intent, which enables institutions that seek to foster environmental entrepreneurship to promote it in an effective way.

Cette thèse explore la manière dont les mécanismes au niveau individuel et social influencent l'attrait et le succès de l'entrepreneuriat environnemental. Dans le premier chapitre, nous comparons les entrepreneurs environnementaux et conventionnels dans une étude qualitative multi-cas. Nos résultats concernant la nature activiste ou opportuniste des différents entrepreneurs environnementaux donnent des indications aux initiatives qui visent à encourager l'entrepreneuriat environnemental, concernant la nécessité d'adapter leurs politiques et leurs programmes au type d'entrepreneur environnemental. Le deuxième chapitre donne un aperçu des moteurs et des obstacles individuels et sociaux de l'entrepreneuriat environnemental. Nous complétons les connaissances existantes sur les entrepreneurs environnementaux et leurs parties prenantes par de la documentation sur les attitudes, les comportements, les normes sociales et la légitimité en matière d'environnement. Le modèle conceptuel qui en résulte explique comment l'entrepreneuriat environnemental peut être encouragé et entravé par l'évaluation individuelle et sociale de la valeur environnementale. Dans le troisième chapitre, nous utilisons une expérience pour tester si plusieurs formes différentes de sensibilisation aux problèmes environnementaux conduisent à l'intention d'entreprendre dans le domaine de l'environnement. Les résultats montrent que seule la sensibilisation publique, et non la sensibilisation personnelle, a un effet positif sur l'intention d'entreprendre dans le domaine de l'environnement, ce qui permet aux institutions qui cherchent à encourager l'esprit d'entreprise dans le domaine de l'environnement de le promouvoir de manière efficace.

UNIL | Université de Lausanne
HEC Lausanne