

DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE A L'ACTE ENTREPRENEURIAL

FROM ENTREPRENEURIAL INTENTION TO ENTREPRENEURIAL

Randa MEGHARI Eps BENADDA*

Maître de conférences « A » à l'EHEC
Ecole des Hautes Etudes Commerciales (Algérie)
r.meghari@hec.dz

<i>Date de Réception :</i> 30 /03/2024	<i>Date</i> <i>d'acceptation :25/04/</i> <i>2024</i>	<i>Date de Publication</i> 21/12/2024

Abstract : The entrepreneur being a qualified actor as the driving force of entrepreneurship, should equip himself with an entrepreneurial behavior that will allow him to take the entrepreneurial act. While some persons succeed in this shift from a logic of intention to a logic of action, others decide to give up. The motivations that push persons to embark on an entrepreneurial adventure are varied; this variety should be approached using the SMOCS model "Strategies of Means, Objectives, Scenarized Constraints". In this context that this research takes place, the objective of which is to design a typology of the purposes and logic of underlying actions that are hidden behind the decision to create a business, while explaining the success of the passage to the entrepreneurial act.

Keywords : Entrepreneurial intention, Entrepreneurial act, Create a business.

JEL Classification Codes: M13, L26.

Résumé : L'entrepreneur étant un acteur qualifié comme la force motrice de l'entrepreneuriat, devrait se munir d'un comportement entrepreneurial qui lui permettra de passer à l'acte entrepreneurial. Alors que certains individus réussissent au passage d'une logique d'intention à une logique d'action,

***Auteur Correspondant**

d'autres décident d'abandonner. Les motivations qui poussent les individus à se lancer dans une aventure entrepreneuriale sont nombreuses et diversifiées. Cette pluralité est à aborder en se basant sur le modèle SMOCS « Stratégies de Moyens, Objectifs, Contraintes Scénarisés ». C'est dans ce contexte que s'inscrit ce travail de recherche dont l'objectif est de catégoriser les différentes finalités possibles et logiques d'actions qui se voilent derrière l'initiative entrepreneuriale et par conséquent, la décision de création d'entreprise, tout en expliquant la réussite au passage à l'acte entrepreneurial.

Mots clés : Intention entrepreneuriale, Acte entrepreneurial, Création d'entreprise.

Code de classification Jel : M13, L26.

1- INTRODUCTION :

Une littérature très riche et extrêmement diversifiée est consacrée au phénomène de création d'entreprises. L'acte d'entreprendre est souvent précédé par un facteur clé : une volonté et une intention d'entreprendre. Cette intention dépend à son tour de facteurs propres à l'entrepreneur et d'autres qui sont dictés par le milieu. Dans ce sens, (Ajzen, 1991) précise que l'intention précède l'action, c'est le déclenchement initial d'un certain processus. Dans le même contexte, (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000) soulignent que l'intention représente le degré de l'engagement de l'individu à un certain comportement ce qui permet de prédire et d'expliquer ledit comportement.

Les recherches en entrepreneuriat ont pendant longtemps supposé que les caractéristiques personnelles répondent aux questions de l'aptitude à créer une entreprise. Cependant, après plusieurs recherches infructueuses, les chercheurs tendent à analyser le comportement de l'entrepreneur ainsi que les facteurs contextuels afin de mettre en évidence les actions qui participent à la création d'entreprise (Kuratkou & Hodgetts, 2004).

De ce fait, l'intention d'entreprendre est un concept central dans le processus de création d'entreprise. C'est une étape qui précède l'action, poursuivie par la décision et l'action, et déclenchée par plusieurs facteurs d'ordres psychologiques et environnementaux. En outre, l'intention est un moment fort du processus entrepreneurial dans la mesure où elle est considérée comme le déterminant immédiat de l'engagement d'un

individu dans la création d'entreprise (Tounes, 2003). En somme, l'intention entrepreneuriale est une étape intermédiaire sur le chemin de l'aventure entrepreneuriale, Seuls les individus ayant une forte intention d'entreprendre et influencés par des facteurs psychologiques et environnementaux qui s'engageront dans la création effective d'une entreprise. Une intention présente pourrait se transformer en un éventuel projet de carrière entrepreneuriale, notamment pour les jeunes diplômés qui sont motivés, habilités et sensibilisés à créer une entreprise.

Pour cette raison, plusieurs recherches qui s'inscrivent dans le champ de l'entrepreneuriat, s'intéressent principalement aux facteurs favorisant le succès entrepreneurial, autrement dit, le lancement et la pérennité de l'activité entrepreneuriale. A cet effet, nous tenterons d'apporter des éléments de réponse à la question centrale suivante :

« Quels sont les scénarios possibles de la réussite au passage de l'intention entrepreneuriale à l'acte entrepreneurial ? ».

Dans ce sens, l'objectif principal de cette recherche est de distinguer et catégoriser les configurations possibles de la réussite au passage d'une logique d'intention à une logique d'action, dans une perspective entrepreneuriale.

Dans le cadre de ce travail de recherche, nous visons d'une part, à expliquer le passage de l'intention d'entreprendre à l'acte entrepreneurial, d'autre part, à déceler les facteurs déterminants qui assurent la réussite de cette phase transitoire.

La décision d'un individu de se lancer dans une aventure entrepreneuriale et de devenir entrepreneur dépend particulièrement de ses motivations, de sa personnalité, de ses compétences, et bien évidemment de ses moyens de faisabilité et de son environnement. En somme, l'objectif ultime du processus entrepreneurial est d'accommoder l'action entrepreneuriale à travers l'émergence du comportement entrepreneurial et de stimuler par conséquent la création d'entreprise. L'importance de cette recherche réside dans la possibilité d'expliquer le passage d'une logique d'intention à une logique d'action sous différentes configurations possibles.

2- Cadre conceptuel de la recherche :

Notre conceptualisation s'articule alors autour de trois dimensions agissant chacune comme un antécédent au passage à l'acte entrepreneurial. Il s'agit de la dimension d'objectifs, des moyens et du contexte de l'entrepreneur. Dans cette optique, nous essayerons de passer en revue les fondements théoriques associés à ces trois dimensions, précédemment citées.

2-1. Objectifs : forte intention issue d'une formation permettant le passage à l'acte entrepreneurial

De nombreux chercheurs confirment que la notion d'intention est considérée comme le meilleur prédicteur du comportement planifié (Ajzen, 1991); (Davidsson, 1995); (Kolvereid, 1996); (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Il s'agit de deux notions différentes en termes de sens mais qui se complètent. En effet, la notion d'intention se distingue de la notion du comportement qui signifie l'acte entrepreneurial, c'est-à-dire la création d'entreprise. Lorsqu'une intention réussit, elle se traduit précisément par une décision de procéder à une certaine action plus tard, et aboutit à la fin du processus à la création effective de l'entreprise.

Se lancer dans un projet entrepreneurial est une décision personnelle, les motivations du choix de cette carrière correspondent aux attributs psychologiques de l'individu. D'ailleurs, (Boyd & Vozikis, 1994) mettent en relief certains traits de caractère non exhaustifs, qui distinguent les entrepreneurs des non-entrepreneurs. Selon (Shapero & Sokol, 1982), les motivations font référence au besoin d'être autonome, à l'envie d'être son propre chef et à la volonté d'être indépendant. Ces motivations peuvent être résumées en 3 principaux traits, qui sont l'autonomie, le défi et la richesse selon (Bellanca & Colot, 2014). Dans la même optique, il a été confirmé par de nombreux chercheurs que les attributs psychologiques, les plus appropriés pour prévoir les choix professionnels des individus sont l'autonomie, la créativité, le gain matériel et l'intégration. De même, le besoin d'accomplissement est considéré selon (McClelland, 1965) ; (Bruyat, 1993) comme l'une des spécificités primordiales de l'acte entrepreneurial, notamment pour les individus qui préfèrent une activité avec défi.

En ce qui concerne l'indépendance personnelle, (Albert & Mougenot,

1988) annoncent que l'acquisition de la qualité d'entrepreneur revient à avoir un désir de réalisation et d'accomplissement personnel. Dans le même sens, (Sweeney, 1982) affirme que l'indépendance est la chose la plus désirable au monde. Idem pour l'autonomie, être son propre chef, est partiellement vue comme l'assurance d'une profession fixe pour l'entrepreneur (Davidsson, 2003).

En somme, les motivations qu'elles soient positives ou négatives se résument en un ensemble de facteurs pouvant influencer le déclenchement du processus entrepreneurial. Ces facteurs constituent l'objet de la théorie du «Push and Pull » (Shapero, 1975); (Vesper, 1989). Elle se propose d'explicitier les raisons qui poussent un individu à créer sa propre entreprise, à travers deux types de motivations : les « push motivations » qui sont poussées par des événements négatifs comme l'insatisfaction, le licenciement...et les « pull motivations » qui sont poussés par des événements positifs comme le besoin d'accomplissement, la recherche d'indépendance personnelle...etc. De ce fait, un individu, initialement motivé et influencé par des facteurs qui lui sont propres, s'oriente vers une carrière entrepreneuriale afin d'atteindre ses objectifs par la création de sa propre entreprise.

2-2. Ressources : disponibles suffisantes permettant le passage à l'acte entrepreneurial

D'après le postulat de (Leaened, 1992), les individus peuvent révéler une prédisposition à la création d'entreprise, qui est une sorte de combinaison entre des traits de personnalités et de ses expériences antérieures. D'ailleurs, il a été prouvé que certaines capacités, préférences et compétences sont acquises de la vie de l'entrepreneur à la suite d'une expérience professionnelle et entrepreneuriale (Politis, 2005). La possibilité de se lancer dans un projet entrepreneurial est ainsi plus remarquable quand les individus atteignent la modération professionnelle. Il est à noter que le fait d'avoir une expérience est un pré-requis très important pour les futurs entrepreneurs (Filion, 1997).

Dans ce sens, un individu lance son projet entrepreneurial après avoir passé une période bien déterminée dans des secteurs similaires à ceux du nouveau projet (Fayolle, 1999). (Lee & Tsang, 2001) insistent sur le rôle important d'une expérience pour parvenir à identifier des opportunités de création d'entreprise. De même, (Bird, 1988) souligne que les

événements personnels vécus par un individu au passé, tels qu'une expérience antérieure en matière de création d'entreprise, sont susceptibles de développer son intention d'entreprendre. De même, l'auteur rajoute que le processus intentionnel est déclenché par les besoins personnels de l'entrepreneur, ses ambitions, ses habitudes, ses valeurs et ses croyances.

De la même manière, les caractéristiques relatives à la personnalité d'un individu comme le besoin d'accomplissement (Maclellan, 1961), le besoin de contrôle (Brockhaus, 1980) et les compétences personnelles prédisposent les individus aux intentions entrepreneuriales. C'est la raison qui justifie que le comportement entrepreneuriale est considéré comme une action planifiée et étudiée.

Dans une perspective de création, l'intention seule ne suffit pas de prédire la création concrète de l'entreprise. Elle permet plutôt de prévoir l'initiation de l'action, c'est à dire, le déclenchement du processus de création d'entreprise, mais elle est incertaine pour déterminer son aboutissement en création effective. D'une logique de décision à une logique d'action, l'engagement de l'individu devient un facteur déterminant pour comprendre le passage à la création effective d'une entreprise. Il s'agit en fait, de deux logiques qui guident le processus entrepreneurial, à savoir : la préférence de l'acte et la résistance au changement représentant ainsi **la dimension attitudinale de l'engagement**. Elles doivent être provoquées par un environnement favorable et un (des) événement (s) qui vont par conséquent, déclencher l'engagement de l'individu dans le processus de passage à l'acte d'entreprendre, ceci représente **la dimension comportementale de l'engagement**.

2-3. Contexte : des facteurs environnementaux favorables inhérents à l'acte d'entreprendre

La revue de la littérature a permis d'appréhender l'organisation, le fonctionnement et l'agencement des différentes variables individuelles et environnementales imbriquées qui expliquent l'intention entrepreneuriale et son aboutissement à l'acte d'entreprendre.

L'individu, étant un entrepreneur potentiel, peut être confronté à des éléments facilitateurs ou contraignants à la réalisation de son objectif. Ce

qui explique la complexité du phénomène entrepreneurial. A cet effet, plusieurs variables d'ordres situationnels peuvent intervenir pour favoriser l'engagement dans processus entrepreneurial (Tounes, 2003).

D'après (Tounes, 2006), l'individu ne possède pas les moyens nécessaires (informations, conseils, accompagnement et moyens financiers), voire indispensables pour affiner et éventuellement concrétiser le projet de création d'entreprise, autrement dit, s'ils font face à des obstacles insurmontables (Tounes, 2006); (Boissin, Chollet, & Emin, 2009). A cet effet, une ressource potentielle ne devient mobilisable que si elle est perçue.

Etant donné que l'individu s'inscrit dans un réseau de groupes sociaux, avec lesquels il partage certaines pratiques sociales. Le rôle du modèle est parmi les variables retenues afin d'expliquer la norme sociale de l'entrepreneur qui influence la décision de création d'entreprise. En effet, l'individu cherche à se référer et à s'adapter aux comportements de ceux qui sont considérés comme entrepreneurs modèles (Gergen & al, 1992).

Au sein de son milieu immédiat ou lointain, l'existence d'un parent entrepreneur et/ou un membre de la famille entrepreneur augmente la probabilité de créer son entreprise par imitation (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Par conséquent, les modèles d'entrepreneurs, constituent des outils d'incitation à l'entrepreneuriat, influencent en particulier l'attrait de créer une entreprise (Tounes, 2003).

3- Le modèle théorique de référence: Modèle SMOCS de (Smida, 1992) (1995) (2003) (2006a) (2006b)

Assurément, plusieurs modèles configurationnels se présentent, faisant sujets d'exploit dans les recherches en entrepreneuriat, qui peuvent servir de base pour comprendre le passage d'une logique d'intention à une logique d'action. Dans ce cadre, SMIDA suggère le modèle SMOCS « **Stratégies de Moyens, Objectifs, Contraintes Scénarisés** » qui permet d'expliquer et catégoriser les différentes combinaisons possibles d'avenir. En effet, (Bruyat, 1993) propose une modélisation fondée principalement sur des facteurs stratégiques et psychologiques du processus de création d'entreprise, appelée (CSIP) « **Configuration Stratégique Instantanée Perçue** ». Cette dite modélisation présume la

réunification des aspirations de l'entrepreneur avec la perception de ses compétences et ses ressources, ainsi que les possibilités offertes par son environnement. Par ailleurs, (Watkins, 1976) a développé ce qu'on appelle le FCM « **Factor Coincidence Model**», qui s'intéresse à interpréter la décision de création d'entreprise à partir de la conjonction de trois variables, qui sont : la motivation d'entreprendre, la perception d'une opportunité d'affaire, et le savoir-faire de l'entrepreneur potentiel.

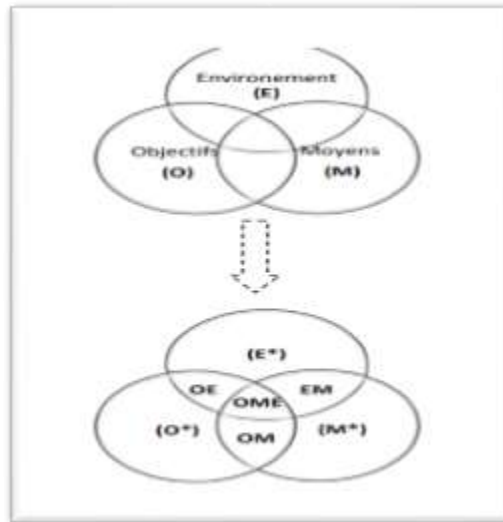
Dans cette optique, (Paturel, 1997) dévoile le modèle des « **3E** », qui explique l'émergence d'une entreprise par l'agencement de trois facteurs, à savoir : les aspirations de l'entrepreneur (E1), les compétences et ressources intégrées à l'entreprise (E2) et les possibilités de l'environnement (E3). De même, le modèle des « **3F** » qui a été développé, en se basant sur trois variables qui sont : l'efficacité (F1) qui consiste à approcher les objectifs atteints des objectifs préalablement fixés; l'efficience (F2) qui se base sur la manière dont les ressources et compétences sont déployées et manipulées pour atteindre les objectifs ; l'effectivité (F3) qui s'attache au degré de satisfaction des parties prenantes de l'entreprise (Levy-Tadjine & Paturel, 2006).

En pratique, notre recherche s'inscrit dans un cadre prospectif, et repose principalement sur le modèle de SMOCS de (Smida, 2007), qui regroupe trois catégories d'avenirs, à savoir : les souhaitables, les possibles et les contraintes, afin de mieux choisir les stratégies d'avenir de l'entreprise, tel est montré dans la figure N°1. Il s'agit en effet, des avenirs souhaitables relatifs aux objectifs de l'entrepreneur (O), des avenirs possibles qui dépendent des moyens de l'entrepreneur (M) et des avenirs contraints par l'environnement (E). Cette modélisation étale, un univers d'éléments favorables ou défavorables qui agissent sur l'entrepreneur potentiel et influent aussi sa décision de création d'entreprise (Smida & Gomez-Mejia, 2010). Par conséquent, à travers le modèle de SMOCS, il est ainsi possible d'identifier les scénarios ultérieurs qui permettent de mieux répondre aux aspirations de l'entrepreneur potentiel, de mieux exploiter ses moyens mis en œuvre et d'affronter convenablement les contraintes et pressions imposées par son environnement (Smida & Khelil, 2010).

En se basant sur l'ensemble de ces travaux, nous relevons donc trois

dimensions : les objectifs, les moyens et le contexte, qui constituent à notre avis, un tout indissociable pour appréhender le passage de l'intention entrepreneuriale à l'acte entrepreneurial (figure 01). Par adaptation, les objectifs (I) correspondent aux buts que l'entrepreneur cherche à atteindre, le contexte (E) qui est composé des variables de l'environnement que l'entrepreneur ne maîtrise pas : l'environnement socio-économique, la réglementation, les normes sociales, la culture...et les ressources (R) qui correspondent aux moyens et compétences dont dispose l'entrepreneur.

Figure N°1 : Stratégies de Moyens, Objectifs, Contraintes Scénarisés



Source : (Smida & Khelil, 2010, p. 82)

Le modèle SMOCS s'avère désormais un instrument pertinent qui permet de catégoriser, d'expliquer et de choisir des stratégies d'avenir de l'entrepreneur en termes de décisions à prendre et d'actions à entreprendre.

4- Une configuration théorique des scénarios possibles de la réussite au passage à l'acte entrepreneurial :

En se basant sur notre cadre conceptuel et ayant recours au modèle

SMOCS, nous avons opté pour trois dimensions susceptibles d'explicitier au mieux la décision de la création d'entreprise, et ce par adaptation à notre contexte d'étude. La première dimension s'inscrit dans une approche centrée sur les buts et les objectifs de l'entrepreneur, tout en mettant en valeur l'intention d'entreprendre, la deuxième dimension concerne les ressources et moyens déployés par l'entrepreneur et la troisième et dernière dimension renvoie aux facteurs externes liés au contexte général et à l'environnement. Ces trois dimensions peuvent être considérées comme un tout indissociable permettant de mieux comprendre et analyser la dialogique suivante : décision de création d'entreprise/finalités visées.

Afin de résumer les éventuels scénarios, il convient tout d'abord de décrire les trois espaces :

- **L'espace « I »** relatif à l'intention entrepreneuriale, regroupe principalement les apports de la formation en entrepreneuriat en termes de compétences, attitudes et aptitudes de l'entrepreneur pouvant engendrer un fort niveau d'intention entrepreneuriale, suffisant au passage à l'acte entrepreneurial.
- **L'espace « E »** relatif à l'environnement, regroupe essentiellement les croyances et valeurs liées à l'environnement socio-économique et réglementaire, la culture, la famille..., des diplômés porteurs de projets, pouvant favoriser l'accomplissement de l'acte entrepreneurial.
- Enfin, **l'espace « R »** relatif aux ressources déployées par l'entrepreneur, regroupe l'ensemble des diplômés porteurs des projets qui ont réussi dans leur passage à l'acte entrepreneurial grâce à une motivation intrinsèque, à une satisfaction personnelle et à des compétences et expériences.

L'interaction entre ces trois espaces délimite par conséquent différentes zones possibles : Cas extrêmes

- **IER** : - la catégorie de scénario de réussite totale - une première combinaison qui présente exclusivement les trois grandeurs I, R et E. Au sein de cette zone de cohérence, se regroupent les objectifs, les moyens et des facteurs environnementaux. Il s'agit justement de la zone des objectifs exclusifs (I*) qui sont ceux réalisables par les moyens de

l'entrepreneur, répondant ainsi aux conditions de l'environnement. La zone des variables spécifiques à l'environnement (E^*) qui correspondent aux facteurs environnementaux favorables, non contradictoires avec les objectifs de l'entrepreneur et les moyens déployés et la zone des ressources exclusives (R^*) qui permettent d'atteindre les objectifs et de satisfaire les exigences de l'environnement.

- **Abandon** : la catégorie de scénario des jeunes diplômés qui n'ont pas réussi à passer à l'acte d'entreprendre, caractérisée donc par un échec. Hormis les trois espaces auparavant définis, nous avons également le cas « A ». Cette présente catégorie est déterminée par les jeunes diplômés qui n'appartiennent pas aux trois espaces précédemment délimités. En réalité, ce sont les jeunes diplômés qui n'ont pas pu passer à l'acte d'entreprendre afin de matérialiser leurs intentions en acte entrepreneurial effectif et qui sont sous contrainte d'un environnement défavorable à l'entrepreneuriat.

Entre ces deux cas extrêmes, nous constatons les classes de décision unidimensionnelle et bidimensionnelle des jeunes diplômés qui ont pris la décision de se lancer dans une carrière entrepreneuriale.

4-1. Les catégories de décision unidimensionnelle

Nous pouvons à présent énumérer les différentes catégories de décision unidimensionnelle comme suit :

- La catégorie de scénario I : cette catégorie concerne les diplômés qui ont un degré d'intention d'entreprendre important suite à leur formation ainsi que le rôle joué par leurs compétences et expériences, jugées utiles afin de prendre la décision de passer à l'acte entrepreneurial et par conséquent, la création effective d'une entreprise. Donc, ce passage à l'acte entrepreneurial est justifié par un degré d'intention entrepreneuriale plus stable et suffisant, généré par la formation.

- La catégorie de scénario E : cette catégorie concerne les diplômés qui n'ont pas eu de formation en entrepreneuriat et ils ne manifestent aucun intérêt à l'acte entrepreneurial ni à la création d'entreprise. Néanmoins, ils se trouvent au sein d'un environnement favorable à l'acte

entrepreneurial. S'engager dans la création d'entreprise est considéré comme une piste professionnelle possible et faisable. Le contexte culturel et l'entourage, dans lesquels se trouvent ces diplômés, valorisent en particulier le statut d'entrepreneur et le considèrent comme une source de motivation. Par conséquent, le passage à l'acte entrepreneurial est exigé par l'environnement de l'entrepreneur.

- La catégorie de scénario R: cette catégorie concerne les diplômés qui ont dépassé le stade d'intention et de la volonté, ayant pris la décision de passer à l'acte entrepreneurial et créer effectivement une entreprise même s'ils se trouvent dans un environnement défavorable, où ils ne peuvent pas bien déceler et tirer profit des opportunités d'affaires pour se lancer dans un projet entrepreneurial. Dans la même mesure, ces jeunes diplômés n'ont pas eu de formation en entrepreneuriat. Cette décision de passage à la création d'entreprise peut être due à leurs compétences et expériences ainsi que la motivation et la volonté d'engagement dans l'aventure entrepreneuriale.

4-2. Les catégories de décision bidimensionnelle

- La catégorie de scénario IE : cette catégorie fait référence aux grandeurs, faisant partie des objectifs de l'entrepreneur et de son environnement en même temps. Cette zone recouvre les jeunes diplômés ayant fait une formation en rapport avec l'entrepreneuriat, qui a influencé leur intention d'entreprendre. Ce niveau fort d'intention d'entreprendre est renforcé par un environnement culturel et institutionnel favorable à l'acte entrepreneurial. Cette zone fait ressortir alors les facteurs environnementaux qui encouragent et facilitent la concrétisation de l'intention d'entreprendre, initialement développée par une formation en entrepreneuriat.

- La catégorie de scénario ER : cette catégorie correspond aux grandeurs qui viennent à la fois de l'environnement et des ressources de l'entrepreneur. Cette présente zone concerne les diplômés qui ont décidé de passer à l'acte entrepreneurial et créer une entreprise. Cette décision est clairement justifiée et imposée par un environnement favorable à l'acte entreprendre. En d'autres termes, cet environnement soutient leurs motivations d'entreprendre et assure la cohérence entre leurs attentes, ressources et la réalité. Pour ces diplômés, s'engager dans un projet

entrepreneurial représente une voie de carrière professionnelle.

- La catégorie de scénario IR : cette catégorie correspond aux grandeurs qui peuvent à la fois être considérées comme des objectifs et des ressources. Cette zone concerne les diplômés qui sont issus d'une formation entrepreneuriale et qui ont pris la décision de créer une entreprise. Leurs degrés d'intention entrepreneuriale étaient suffisants pour qu'ils puissent la concrétiser en acte de création d'entreprise. En effet, cette formation entrepreneuriale a permis d'améliorer et de développer les connaissances, les attitudes et les compétences entrepreneuriales requises pour que ces diplômés motivés puissent créer leurs entreprises. Ceci a permis aussi de consolider leurs motivations pour se lancer dans une aventure entrepreneuriale. Dans ce scénario, la décision du passage à l'acte entrepreneurial peut être imposée par les avantages tirés de cette formation en termes de compétences, de savoir être, savoir-faire, et par leurs motivations.

La combinaison de ces dimensions permet de mettre en valeur une typologie de 8 catégories sans cibler d'ailleurs à toucher la totalité des configurations des jeunes diplômés mais plutôt les diplômés ayant réussi à concrétiser leurs intentions entrepreneuriales, dans le but de mieux comprendre finalement leur passage à l'acte entrepreneurial.

5- Cartographie des scénarios de la réussite au passage à l'acte entrepreneurial :

Nous essayerons tout d'abord d'évoquer le cadre méthodologique de cette recherche ; Nous allons ensuite étaler la manière dont nous avons constitué et délimité notre terrain d'étude. Enfin, nous analyserons les différents cas étudiés et dévoilerons par conséquent, les apports du terrain.

5-1. Cadre méthodologique de la recherche

Les configurations conceptuelles déduites d'une base théorique doivent répondre à des lois universelles de façon à être adoptées telles quelles dans pratiquement la totalité des contextes sociaux (Filion, 2001). La

prise en compte des critères objectifs et subjectifs, quantitatifs et qualitatifs, économiques et psychologiques, inhérents à la fois à l'entrepreneur et à l'entreprise qu'il a créée, rend l'approche positiviste de l'idéal-type réfutable (Bouhaouala, 2008). Dans une optique de compréhension du phénomène étudié, nous avons adopté un positionnement épistémologique interprétatif dont le choix méthodologique effectué s'inscrit dans une approche abductive basée sur l'étude de cas multiples. La démarche abductive confère à la découverte issue de l'induction, un statut explicatif ou compréhensif, en mettant en relation la règle générale et la conséquence. Cette conjonction de raisonnements consiste à structurer un schéma d'observation complexe afin de donner du sens, et expliquer les raisons et les mécanismes derrière le phénomène observé. La connaissance se forme encore par la conjonction et l'interférence entre la théorie et les observations empiriques.

Notre objectif n'est pas de prouver ou de valider l'exactitude de la classification proposée, mais de mieux discerner et expliquer le passage à l'acte entrepreneurial par la concrétisation de l'intention d'entreprendre des jeunes diplômés porteurs de projets, tout en étudiant ses diverses configurations possibles. Pour ce faire, nous avons opté pour une démarche qualitative par le biais d'un guide d'entretien semi-directif, s'appuyant sur l'étude de cas appelée : collective. Selon (David, 2003), c'est un mécanisme de recherche dans lequel plusieurs cas sont destinés à l'étude en même temps. Dans ce sens, l'étude de cas collective d'après (Stake, 1995), relève d'une approche instrumentale qui vise à mieux cerner le phénomène entrepreneurial, en se basant sur des cas multiples, dans une perspective plutôt exploratoire que confirmatoire, tel précisé par (David, 2003). De même, cette approche instrumentale de l'étude des cas est adéquate dans des contextes où l'on cherche à illustrer des phénomènes préalablement définis dans une référence théorique, d'après (Hlady-Rispal, 2002). En pratique, l'analyse des différents cas dépasse le cadre conceptuel de référence, donnant naissance éventuellement à de nouvelles dimensions de l'acte entrepreneurial grâce à cet aller-retour entre l'observation empirique et l'analyse théorique.

En effet, notre échantillon est sélectionné selon le critère de la variété afin de diversifier les cas possibles. Après avoir mené une étude

préliminaire auprès des personnes ayant des connaissances approfondies sur le phénomène étudié, nous avons retenu délibérément 10 cas, en faisant référence au principe de saturation. En effet, suite à une enquête quantitative menée en 2018 sur un échantillon d'étudiants des grandes écoles du pôle universitaire de Kolea, les 10 cas d'étude choisis, constituant notre échantillon, font partie des étudiants diplômés et en cours de formation, ayant exprimés un fort degré d'intention d'entreprendre. Le choix de ces unités statistiques s'explique par le fait qu'il s'agit de jeunes diplômés obstinés à la concrétisation d'une idée de projet, dont ils sont les porteurs. Ils conviennent précisément à illustrer les scénarios du passage de l'intention d'entreprendre à l'acte entrepreneurial et devraient avoir une meilleure visibilité par rapport à leur carrière professionnelle.

5-2. Analyse et discussions des résultats

Nous nous intéressons à comprendre le passage à l'acte entrepreneurial des diplômés en se basant sur le modèle SMOCS précédemment évoqué. L'analyse du contenu et l'interprétation des différents cas obtenus font ressortir des conclusions sur l'expérience d'un groupe de jeunes diplômés algériens issus des écoles supérieures de l'enseignement supérieur. Le tableau subséquent résume la description des cas d'étude de cette recherche :

Tableau N°1 : Présentation des cas d'étude

Cas N°	Ecole	Age	Sexe	Domaine d'activité	Scénario possible
01	INPS	27	H	IT	IR
02	ESC	26	H	Bureau d'audit	IE
03	EHEC	26	H	Boite de communication	IR
04	ESC	29	F	E-Commerce	IER
05	EHEC	28	H	Grande distribution	IER
06	EHEC	28	H	IT	IE
07	INPS	27	F	-	*
08	EHEC	30	H	La mode	IER
09	ESC	27	H	Services	ER

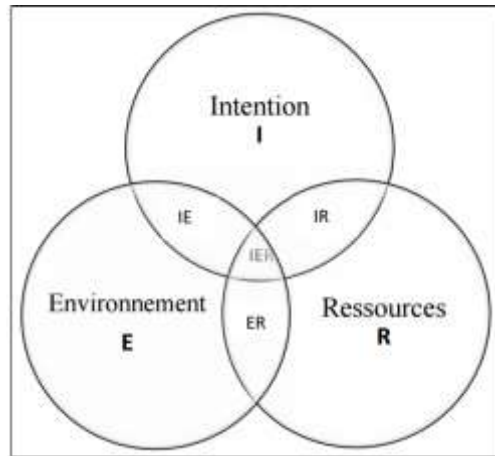
Source : élaborée par nous-mêmes

En effet, les individus interrogés ont le même niveau d'instruction (BAC +5), qui sont également de la même tranche d'âge (26 – 30), issus de différentes grandes écoles du pôle universitaire de Kolea et intégrés au sein de divers domaines d'activité.

D'après les résultats obtenus, les neuf cas d'étude ont un fort degré d'intention d'entreprendre. Il s'agit d'une évidence afin de pouvoir passer à l'acte entrepreneurial, tel confirmé théoriquement par (Kolvereid, 1996); (Fayolle & Gailly, 2009), l'intention entrepreneuriale est un élément précédent, déterminant et conduisant vers l'acte entrepreneurial. Elle permet donc de comprendre le cheminement qui mène l'individu à l'acte d'entreprendre (Tounes, 2003). L'intention reste de ce fait, le meilleur prédicteur des comportements futurs (Kolvereid, 1996); (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000); (Krueger N. , 2000). Sans intention, l'action est peu probable (Ajzen, 1991).

De même, les 09 cas d'étude ont jugé important l'impact significatif de la formation sur l'intention entrepreneuriale et donc, sur la décision de se lancer dans un projet de création d'entreprise. Cette influence progressive s'exprime clairement dans le cycle master, notamment après avoir choisi la spécialité à poursuivre. L'incitation à créer une entreprise provient essentiellement des stages pratiques effectués au sein des entreprises d'accueil, de nombreuses études de cas traitées, des différents ateliers et workshops réalisés, des événements scientifiques et culturels organisés, notamment dans le cadre des clubs estudiantins et d'autres programmes pédagogiques assurés en fonction de la spécialité de l'étudiant et de la filière d'étude. Tel confirmé par (Fortin, 1984), les attitudes et les aptitudes nécessaires pour la création d'entreprise peuvent faire l'objet d'un enseignement. Par conséquent, la formation et la sensibilisation à l'entrepreneuriat demeurent une variable déterminante, susceptible de développer un comportement entrepreneurial et de modifier son niveau d'intention entrepreneuriale.

Figure N°2 : Catégorisation des différents scénarios de réussite



Source : élaborée par nous-mêmes

Tableau N°2 : Analyse du contenu par dimensions

Cas N°	Intention I	Environnement E	Ressources R	Scénario type
01	I+	-	R+	IR
02	I+	E+	-	IE
03	I+	-	R+	IR
04	I+	E+	R+	IER
05	I+	E+	R+	IER
06	I+	E+	-	IE
07	-	-	-	*
08	I+	E+	R+	IER
09	-	E+	R+	ER

Source : élaborée par nous-mêmes

(*) = Echec

(+) = la variable associée à la dimension « Réussite au passage à l'acte entrepreneurial » est prononcée dans le discours des jeunes entrepreneurs enquêtés.

Pour les cas N°01 et N°03, leur passage à la création d'entreprise n'était pas lié à leur environnement culturel. En effet, le scénario « **IR** » représente la combinaison entre une intention d'entreprendre qui est stimulée par la motivation et la volonté de se lancer dans une aventure entrepreneuriale. En fait, les cas 01 et 03, ont exprimé clairement l'apport de leurs compétences et expériences antérieures. Ils ont trouvé qu'il y a une certaine cohérence entre la sphère académique et la sphère professionnelle en termes de connaissances et compétences

entrepreneuriales acquises. Ce qui a influencé positivement et renforcé leurs niveaux d'intention entrepreneuriale et le passage à la création d'entreprise.

En ce qui concerne les cas 02 et 06 du scénario « **IE** », leur réussite au passage à l'acte entrepreneurial a été assurée par leur degré d'intention atteint suite à leur formation. Cette intention de créer une entreprise a été consolidée par un environnement favorable, soutenu par la politique de promotion des PME instaurée par l'Etat algérien. Nous soulignons dans ce sens, le recours de ces jeunes entrepreneurs aux différents mécanismes d'aide à la création d'entreprise ainsi, en particulier l'ANSEJ. Il est à préciser par ailleurs, les cas 02 et 06 ont pratiquement un cercle familial et d'amis motivant à l'entrepreneuriat, suffisant pour qu'ils se lancent dans le domaine entrepreneurial. Autrement dit, l'influence positive de l'entourage notamment, la famille pour le cas 02 et le circuit d'amis pour le cas 06.

Quant au cas 09 appartenant à la zone « **ER** », il a exprimé directement que le passage à l'acte d'entreprendre a été déclenché par sa motivation ainsi que sa volonté de créer sa propre entreprise. Il s'agit d'un jeune entrepreneur ayant la vision de poursuivre le chemin de son père entrepreneur. Indépendamment de sa formation, il est fortement motivé et impliqué par son entourage familial dans le domaine entrepreneurial afin de créer une filiale au sein de leur groupe familial.

Ainsi pour tous les cas étudiés, s'orienter vers le travail indépendant, c'est-à-dire la création de son propre entreprise est considéré comme une alternative voire une solution à un chômage possible, tel justifié par (Tounes & Assala, 2007). Ainsi, nous avons constaté que tous les cas d'étude analysés, hormis le cas 09, ne supportent pas la dépendance de la famille. Etre indépendant, autonome et son propre chef, représentent une force motrice pour ces jeunes entrepreneurs à travers la création d'entreprise.

Pour les autres cas 04, 05 et 08, qui illustrent la réussite totale du passage à l'acte entrepreneurial « **IER** », représentant l'ultime zone provenant de la conjonction des trois variables. En effet, les trois dimensions qui sont à la fois les objectifs, les moyens et les facteurs environnementaux, se rencontrent au sein de cette zone de cohérence. Parallèlement, leurs formations, environnements et moyens personnels, qui ont exercé un rôle remarquable, favorisant la création de leurs projets. Ceci a nettement influencé leurs intentions entrepreneuriales et a rendu le comportement

entrepreneurial motivant et satisfaisant. Ils sont d'ailleurs soutenus par leurs entourages ainsi que leurs convictions et motivations.

En particulier, le cas 04 avait l'idée que la création d'entreprise est une carrière possible pour les femmes dépassant la peur d'engagement ainsi que le risque, comme pour les hommes, voire plus pour atteindre l'égalité des genres. La femme, étant intégrée à un groupe particulier telle que la famille en particulier et la société en général, signifie à la fois s'approprier une manière de voir le monde et de participer à la constitution des normes qui guident l'action du groupe. C'est la raison pour laquelle, il convient de prendre en compte les croyances, les valeurs et les symboles qui sont au cœur de l'identité sociale des femmes entrepreneures.

Le cas 08 a réussi à créer une startup grâce à son fort niveau d'intention et de motivation qu'il a eu suite à ses activités dans un club étudiant et associatif. Le recours à l'un des mécanismes d'aide à la création d'entreprise ANSEJ lui a permis de se lancer dans une aventure entrepreneuriale, y compris le soutien particulier de sa famille.

Enfin, nous avons constaté que le cas 07 représente la situation d'échec total où le jeune diplômé n'a pas réussi au passage à l'acte d'entreprendre. En effet, il a jugé qu'il n'arrivera jamais à aboutir à concrétiser son idée en projet d'affaires du moment qu'il n'est même pas sûr de lui ni convaincu de ce qu'il pourrait réaliser ou atteindre par la création d'une entreprise. Il s'agit selon lui, d'un projet non faisable et non réalisable par rapport à ses compétences entrepreneuriales limitées et à l'influence négative de son entourage.

6- CONCLUSION :

Pour qu'un individu décide d'un changement de chemin important dans sa vie, comme par exemple, s'orienter vers la création de sa propre entreprise et devenir son propre chef. Il serait pertinent d'admettre que la décision de création d'entreprise est liée aux traits de personnalité, compétences et expériences ainsi qu'à l'environnement de l'entrepreneur. La manifestation de facteurs situationnels relevant de la vie personnelle et/ou professionnelle, produisent une rupture psychologique et/ou matérielle dans un sens positif ou négatif

bouleversant la trajectoire de l'entrepreneur potentiel, ce qui contribue à précipiter la décision entrepreneuriale.

Dans un souci de rigueur méthodologique et scientifique, nous avons détaillé le cadre méthodologique adopté et le modèle conceptuel emprunté, afin de mener à bien ce travail de recherche. A partir de ce travail, nous avons testé les postulats de cette présente recherche au sein du contexte algérien et avons appréhendé distinctement les dimensions qui expliquent mieux la réussite au passage à l'acte entrepreneurial par le biais du modèle SMOCS et d'apporter enfin des éléments de réponse au questionnement du départ.

Dans une pensée processuelle, l'entrepreneuriat est considéré comme un processus qui se déroule dans le temps où l'intention se trouve en amont et l'acte entrepreneurial en aval. Dans ce sens, divers facteurs psychologiques, socio-économiques et contextuels interviennent tout au long de ce processus afin de concrétiser la création d'entreprise.

Suite à l'application du modèle SMOCS, nous avons décelé les configurations possibles de la réussite au passage d'une logique intentionnelle à une logique d'action entrepreneuriale, en mettant en exergue trois dimensions à savoir : les objectifs, les moyens et l'environnement. Par ailleurs, le phénomène entrepreneurial ne provient pas d'un simple réflexe, il est véritablement le fruit d'un ensemble de réflexions, d'engagement et de décisions.

Les prochaines recherches peuvent solliciter des thématiques traitant par exemple, la peur d'échec, le rôle des incubateurs et centres du développement entrepreneurial, l'accompagnement et l'encadrement des porteurs de projets, la culture entrepreneuriale au sein de l'université algérienne. Il serait judicieux d'étudier les freins qui entravent le déclenchement du processus de création et d'envisager des analyses sophistiquées, de plus en plus poussées, tout en allant en profondeur des interrogations plus complexes et florissantes.

Références bibliographiques :

- 1- Ajzen, I, Theory of planned behavior; Organizational Behaviour and Human Decision Processes, 179-211, 1991.

- 2- Albert, P, & Mougenot, P, La création d'entreprises high-tech, Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, pp. 106-118, 1988.
- 3- Bellanca, S, & Colot, O. Motivations et typologie d'entrepreneurs : une étude empirique belge, La Revue des Sciences de Gestion (N° 266), 63-74, 2014.
- 4- Bird,(B.J), Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. Academy of Management Review, 13 (3) , pp. 442-453, 1988.
- 5- Boissin, (J-P), Chollet, B, & Emin, S, Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants, in M@n@gement, Vol. 12 , p. 28, 2009.
- 6- Bouhaouala, M, Management de la petite entreprise des loisirs sportifs : une approche socioéconomique, Boeck Université, Collection : New Management, 2008.
- 7- Boyd, (N.G), & Vozikis, (G.S), An The Influence of Self Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions, Entrepreneurship theory and practice , 64-66, 1994.
- 8- Brockhaus, R, The psychology of the entrepreneur dans C.A Kent. D. L Sexton & K. H. Vesper (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship , pp. 39-70, 1980.
- 9- Bruyat, C. Thèse pour le Doctorat de sciences de Gestion, ESA. Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation . Gestion et management, Paris: Université Pierre Mendès-France de Grenoble II, 1993.
- 10- David, A, Étude de cas et généralisation scientifique en sciences de gestion. Revue sciences de gestion, no 39 , pp. 139-166, 2003.
- 11- Davidsson, P, Determinants of entrepreneurial intentions, Paper presented at the RENT IX conference, workshop in Entrepreneurship research, Italy, 1995.
- 12- Davidsson, P, The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth, 6(3) , pp. 315-372, 2003.
- 13- Fayolle, A, L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et les propositions pour en faciliter le développement, Direction de la technologie du ministère de l'Éducation, 1999.
- 14- Fayolle, A, & Gailly, B, Évaluation d'une formation en entrepreneuriat: prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre, in M@n@gement, 12(3) , pp. 176-203, 2009.
- 15- Fillion, L, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. Cahier de recherche N° 97.01, HEC Montréal , p. 36, 1997.

- 16- Filion, L, Réaliser son projet d'entreprise (3e édition). Québec: Montréal, Éditions Transcontinental; Charlesbourg, Fondation de l'entrepreneurship, 2001.
- 17- Fortin, N, Penser les stages, Montréal: Ministère de l'Éducation, Direction générale de l'enseignement collégial, 1984.
- 18- Gergen, (K-J), & al, Psychologie sociale, Laval, Laval: Éditions Études vivantes, P.239, 1992.
- 19- Hlady-Rispal, M, La méthode des cas: application à la recherche en gestion,. Bruxelles, De Boeck, 2002.
- 20- Kolvereid, L, Prediction of Employment Status Choice Intentions. Entrepreneurship: Theory & Practice , 47-57, 1996.
- 21- Krueger, (N.F), Reilly, (M.D), & Carsrud (A,L), Competing models of entrepreneurial intentions, in Journal of Business Venturing, vol. 15 , 411-432, 2000.
- 22- Krueger, N, The cognitive infrastructure of opportunity emergence. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 24, , pp. 5-23, 2000.
- 23- Kuratkou, (D.F), & Hodgetts, (R.M), Entrepreneurship: Theory, process, practice, in Journal of management systems, 8(4), , 17-27, 2004.
- 24- Leaened, K, What happened before the organization? A model of organization formation, Entrepreneurship Theory & Practice, Vol17 , pp. 39-48, 1992.
- 25- Lee, (D.Y), & Tsang, (E.W), The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. Journal of management studies, 38(4), 583-602, 2001.
- 26- Levy-Tadjine, T, & Paturel, R, Essai de modélisation triadique du phénomène entrepreneurial, La stratégie dans tous ses états. Mélanges en l'honneur de M. Marchesnay, EMS , pp. 311-321, 2006.
- 27- Maclellan, (C),The Achieving Society, Business history review vol 36 , pp. 470-473, 1961.
- 28- Mcclelland, C, Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. Journal of personality and Social Psychology, 1(4), P. 389, 1965.
- 29- Paturel, R, Pratique du Management stratégique, La Gestion en Plus, Presses Universitaires de Grenoble, P.150, 1997.
- 30- Politis, D, The process of entrepreneurial Learning: a conceptual framework. Entrepreneurship: Theory and Practice , pp. 399-424, 2005.
- 31- Shapero, A, The displaced, uncomfortable entrepreneur. Psychology Today, 9(6) , pp. 83-88, 1975.
- 32- Shapero, A, & Sokol, L, The social Dimensions of Entrepreneurship. Encyclopedia of Entrepreneurship, Englewood Cliffs, N. J, Prentice Hall , pp. 72-90, 1982.

- 33- Smida, A, Croisements de quelques fondements théoriques de la stratégie et de la prospective. A la recherche d'une cohérence entre les futurs, les moyens et l'environnement de l'entreprise: 5eme Colloque International de l'Association Tunisienne des Sciences de Gestion, Hammamet, Tunisie, 2006a.
- 34- Smida, A, Décisions dans un univers de contraintes : approches préactives, réactives et proactives. In Cadet B., Grenier C, Smida A. Les décisions sous contraintes, Presses Universitaires de Caen , pp. 363-377, 2003.
- 35- Smida, A, Ingrédients de prospective et leviers de stratégie. in Noël, A.; Véry, Ph.; Wissler, M : Perspectives en Management Stratégique , pp. 455-483, 1995.
- 36- Smida, A, Les moments de décision stratégique. Un essai de conceptualisation et de modélisation, XVème Conférence Internationale de Management Stratégique, Annecy/Genève, 2006b.
- 37- Smida, A, Prospective des métamorphoses du système technique et management des ruptures technologiques, Thèse de doctorat d'Etat en sciences de gestion, Université de Caen, 1992.
- 38- Smida, A, SMOCS, Un modèle de management anticipatif stratégique pour piloter l'organisation dans des environnements complexes. 6eme Colloque International de l'Association Tunisienne des Sciences de Gestion, Hammamet, Tunisie, 2007.
- 39- Smida, A, & Gomez-Mejia, A, Entreprise Stressée. Un Essai De Conceptualisation Et Une Typologie. Management Et Avenir, 35 , pp. 130-148, 2010.
- 40- Smida, A, & Khelil, N, Repenser l'échec entrepreneurial des petites entreprises émergentes : proposition d'une typologie s'appuyant sur une approche intégrative, Revue internationale PME : Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol 23/2. Québec, 2010.
- 41- Stake, (R.E), The Art of Case Study Research, Thousand Oaks, Cal. Sage Publications, 1995.
- 42- Sweeney, G, Les nouveaux entrepreneurs, Petites entreprises innovatrices, Les Editions d'Organisation, Paris, 1982.
- 43- Tounes, A, L'intention entrepreneuriale : une recherche coopérative entre les étudiants suivants des formations en entrepreneuriat, (bac +5) et des étudiants en DESS CAAE, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Rouen, Paris, 2003.
- 44- Tounes, A, L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français, Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion n° 219/3 — Organisation, p. 60, 2006.

- 45- Tounes, A, & Assala, K, Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens, 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 2007.
- 46- Vesper, K, When's the big idea, 1989, Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, Mass, Babson College , pp. 334-343, 1989.
- 47- Watkins, D, Entry into independent entrepreneurship: toward a model of the business initiation process, working paper series, Manchester Business School and Center for Business Research, 1976.