

Entrepreneur digital (ED) et processus entrepreneurial : Schéma théorique et validation empirique

Digital Entrepreneur (DE) and the entrepreneurial process: Theoretical framework and empirical validation

MTIBAA Nizar

Enseignant chercheur

Université de Sfax, Tunisie.

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion

Laboratoire Gouvernance, Finance et comptabilité.

nizar.mtibaa@isgis.usf.tn

BOUDABBOUS Sami

Professeur de l'université

Université de Sfax, Tunisie.

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion

Laboratoire Gouvernance, Finance et comptabilité

samiboudabbous2002@yahoo.fr

Date de soumission : 02/05/2023

Date d'acceptation : 15/06/2023

Pour citer cet article :

MTIBAA N. & BOUDABBOUS S. (2023) « Entrepreneur digital (ED) et processus entrepreneurial : Schéma théorique et validation empirique », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 3 » pp :

24 - 47

Résumé

A travers cette démarche, nous avons tenté d'apporter des éléments de réponse à la question de savoir quel est l'effet des caractéristiques socio-psychologiques de l'entrepreneur ainsi que ses compétences mobilisées sur le processus entrepreneurial.

Pour ce, nous avons mené une étude qualitative, exploratoire, en utilisant 18 entretiens semi-directifs soumis à des entrepreneurs digitaux dans différentes phases de création de leurs startups, évoluant en Tunisie.

Nous avons abouti au résultat selon lequel le processus entrepreneurial n'est pas un modèle généralisé qui change d'un entrepreneur à un autre.

Le nombre et le type de phases nécessaires, en vue de développer une startup digitale, sont en fonction des caractéristiques socio-psychologiques de l'entrepreneur ainsi que de ses compétences mobilisées.

Mots-clés : Entrepreneur digital ; startups ; processus entrepreneurial ; profil entrepreneurial ; opportunité.

Abstract

Through this approach, we sought to provide some answers to the question of what effect the entrepreneur's socio-psychological characteristics and mobilized skills have on the entrepreneurial process.

To this end, we conducted a qualitative, exploratory study, using 18 semi-structured interviews with digital entrepreneurs in different phases of their startup creation, operating in Tunisia.

We found that the entrepreneurial process is not a generalized model, but varies from one entrepreneur to another.

The number and type of phases required to develop a digital startup depend on the entrepreneur's socio-psychological characteristics and the skills he or she brings to the table.

Keywords : Digital entrepreneur ; digital startups ; entrepreneurial process ; entrepreneurial profile ; opportunity.

Introduction

La quasi-totalité des recherches portant sur l'entrepreneuriat sont marquées par les questions emblématiques que sont : « What », « Who », « Why ». En effet, selon (Bouslikhane, 2011 ; Cavallo, et al., 2019 ; Dodor, et al., 2018), ces questions ont guidé la majorité des travaux sur l'entrepreneuriat. Toutefois, il ne faut guère oublier la question « How », tant proposée par les chercheurs et académiciens dans le domaine des sciences de gestion courant les années 90 (Fiofanova, 2020 ; Soesanto, et al., 2021 ; Aashish, et al., 2022) Cette question s'intéresse, selon ces auteurs, au processus entrepreneurial. En effet, (Bouslikhane, 2011) rappelle qu'il ne faut pas s'intéresser uniquement à ce qu'est aussi l'entrepreneur, à ce qu'il fait, mais aussi à la manière dont il structure son projet ; autrement dit : « *comment il organise sa pensée pour définir un système d'actions entrepreneurial* » (Filion, 1999).

Dans cette recherche, nous nous focaliserons essentiellement sur l'entrepreneur digital qui, très souvent, saisit des opportunités sur Internet, pour créer un business totalement ou partiellement électronique (Cunha & Ferrari, 2023 ; Hidayati, et al., 2022 ; Fettouma, 2023 ; Goumghar & Fikri, 2022).

Dans cette démarche, nous nous posons des questions sur l'effet des caractéristiques personnelles, des motivations, des compétences et des comportements entrepreneuriaux sur le processus entrepreneurial. Pour ce faire, nous avons soumis 18 entretiens semi-directifs à des entrepreneurs évoluant en Tunisie et ayant des profils divers.

Après une incursion dans la littérature sur l'entrepreneuriat digital (section 1), nous évoquerons ensuite la démarche méthodologique utilisée (section 2). Dans la 3^{ème} section, nous présenterons les résultats auxquels nous sommes parvenues. Enfin, la 4^{ème} section aura trait à la discussion et l'interprétation des résultats.

1. Cadre théorique

De plus en plus, la notion de processus entrepreneurial est indissociable de celle de l'entrepreneur lui-même (Stam, 2023 ; Yao & Xu, 2021 ; Dodor, et al., 2018). Dans ce sens, (Hernandez, 2012 ; Giraudo, et al., 2019) considèrent que l'intérêt porté tout aussi bien sur le processus que sur l'entrepreneur constitue un véritable chemin vers l'émergence d'une théorie de l'entrepreneuriat. Il nous appartient alors de tenter, à travers cette recherche, d'identifier son comportement, et plus généralement son profil et ses compétences mobilisées dans ses activités entrepreneuriales.

Rappelons que pour (Hofer & Bygrave, 1992), neuf facteurs définissent le processus entrepreneurial : « *initié par un acte humain volontaire, survient au niveau de la firme individuelle, implique un changement d'état, implique une discontinuité, un processus holistique, dynamique, unique, implique de nombreuses variables préalables, génère des conséquences qui sont extrêmement sensibles aux conditions initiales de ces variables* ». Par ailleurs, (Degeorge & Messeghem, 2016) ont souligné que l'entrepreneur doit identifier ou reconnaître l'opportunité, configurer l'équipe entrepreneuriale et sélectionner les ressources pour exploiter efficacement l'idée.

Nous tenterons, dans ce qui va suivre, de définir les concepts clés de la notion de processus entrepreneurial, évoquer ses fondements et présenter, enfin, le modèle conceptuel que nous avons synthétisé à travers la littérature.

(Fayolle, 2002 ; Verstraete, 2004 ; Degeorge, 2007) soutiennent qu'il existe trois métaphores pour analyser l'entrepreneuriat :

- La métaphore fonctionnelle : ayant pour finalité de question « what ou quoi »
- Celle axée sur les individus : elle répond aux questions « who/why ou qui/pourquoi »
- Enfin l'approche sur les processus : il s'agit de répondre à la question « how ou comment »

(Gartner, 1990) quant à lui, considère le processus entrepreneurial comme étant : « *une succession d'étapes que l'entrepreneur subit à travers le cycle de création de son organisation* ». Pour (Degeorge, 2007) et (Park & Kang, 2020), le processus entrepreneurial est constitué de quatre étapes : « *l'intention, l'initiation, le développement et les résultats* », alors que pour (Bouslikhane, 2011 ; Wang, et al., 2021), tout entrepreneur connaît plusieurs étapes, et différents contextes tout au long de la vie de l'entreprise. (Reynolds & White, 1997) soutiennent que le processus entrepreneurial passe par plusieurs étapes allant de l'exploration d'une initiative entrepreneuriale potentielle à la création d'une entreprise.

En tout état de cause, plusieurs auteurs (Bruyat, 1993 ; Schmitt, 2006 ; Jaziri, 2009) ; Bouslikhane, 2011) ont tenté de définir le processus entrepreneurial. En ce qui nous concerne, nous nous contentons de retenir la définition de (Lorino & Tarondeau, 2006), reproduite par (Bouslikhane, 2011), selon laquelle il s'agit : « *d'un ensemble d'activités organisées en réseau, de manière séquentielle ou parallèle, combinant et mettant en œuvre de multiples ressources, des capacités et des compétences, pour produire un résultat ou output ayant de la valeur pour un client externe* ».

Dans ce qui va suivre, nous prenons le pas de plusieurs chercheurs qui, pour identifier les caractéristiques personnelles et les motivations de l'entrepreneur, se sont concentrés sur la question du « pourquoi » (Ndour, 2017 ; Silva, et al., 2021 ; Kravchenko, 2022 ; Gasse, 2011). Ces auteurs soutiennent que les entrepreneurs présentent des caractéristiques qui leurs sont propres et qui sont plus marquées chez eux que dans le reste de la population, et qui composent le « profil entrepreneurial moyen » (Kharbach, 2023).. Il ne reste pas moins que ces caractéristiques personnelles peuvent varier selon les individus (Whitehead, 2023).

Dans des recherches, il est noté que les caractéristiques de l'entrepreneur ont un impact sur la croissance. En effet, analysant un échantillon constitué de 34 entreprises dans le domaine de TIC évoluant dans différentes localités en Tunisie, (Hichri, et al., 2017) ont montré que la croissance et la performance des entreprises sont directement liées à l'ampleur du projet entrepreneurial.

Les auteurs ont mis en avant trois piliers qui sont liés à la croissance de l'entreprise :

- Les traits individuels de l'entrepreneur.
- Les différentes parties prenantes de l'entreprise qui évaluent les attributs et les compétences du fondateur.
- Les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur, déterminant la décision de créer une entreprise.

Dans une étude menée sur 44 entrepreneurs-innovateurs canadiens, (Gasse, 2011) a montré que 90% des entrepreneurs sont du sexe masculin, âgés de 43 ans en moyenne. 60% d'entre eux sont mariés, 45% ont un diplôme de maîtrise et 45% un doctorat. Pour l'auteur, ces entrepreneurs sont ouverts aux opportunités qui se présentent, croient fort à la nécessité de la recherche pour créer et développer de nouvelles entreprises.

(Audretsch, et al., 2020) considèrent que : « *l'identité des startups technologiques et la dynamique des équipes sont très importantes pour l'acquisition de ressources, pour la performance et la croissance* ». (Fayolle & Séricourt, 2005) admettent qu'il n'existe pas de « one best way » il n'existe donc pas de profil unique pour créer ou reprendre une entreprise.

S'agissant des motivations entrepreneuriales, elles sont issues selon (Shapero & Sokol, 1982) du concept de déplacement. Pour (Ferry, 2018) : « *certaines évènements dans la vie professionnelle ou la vie personnelle déclenchent, par cassure psychologique et/ou matérielle, un changement dans la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel* ». Dans ce sens, (Bourguiba, 2007) classe ces déplacements en déplacements négatifs et déplacements positifs.

Les déplacements positifs sont des événements qui émanent de situations intermédiaires résultant de l'achèvement d'une étape de vie plaçant l'entrepreneur entre deux situations ou deux engagements (Haymond & Rice, 2022 ; Keyhani, 2022 ; Kim & Park, 2020), alors que les déplacements négatifs relèvent de sources extérieures.

Comme (Ferry, 2018 ; Mamouni & skouri,2023), nous définissons la motivation entrepreneuriale comme étant un processus permettant d'orienter, de dynamiser et maintenir le comportement des entrepreneurs sur la réalisation des objectifs escomptés.

Dans une recherche qui a porté sur 35 hommes et 34 femmes, réalisée par (Diop, 2012), il a été noté que les raisons, en vue de développer un projet, sont diverses et ne tiennent pas compte du sexe. Pour (Kabo, et al., 2020 ; Acharya & Dixit, 2019), les principales motivations à l'entrepreneuriat sont : l'indépendance, l'accomplissement, la satisfaction au travail en plus d'éléments de nature non économique. En effet, (Audretsch et al., 2020) ont souligné l'importance des objectifs non économiques, comme l'objectif social.

(Gasse, 2011), étudiant un groupe de 44 entrepreneurs-innovateurs canadiens, a abouti à la conclusion que les besoins d'accomplissement, de réalisation de soi et de créativité, poussent l'individu à créer une entreprise. L'auteur ajoute que d'autres besoins tels que relever les défis, avoir des idées innovantes et vouloir les mettre en appréciation, constituent aussi la base du développement d'un projet d'entreprise.

Pour ce qui est des compétences entrepreneuriales, elles relèvent, selon (Boughattas & Bayad, 2015), de l'expérience et du comportement, alors que pour (Ferry, 2018), la compétence ce n'est ni une connaissance, ni une performance, elle est en rapport direct avec l'action. Pour (Loué et al., 2008 ; Nur, 2019 ; Burch, et al., 2022), il n'y a de compétence que de compétence en action et fortement contextualisée.

(Boughattas & Bayad, 2015 ; Ferry, 2018) ajoutent que l'identification des opportunités d'affaires, engendre la compétence entrepreneuriale. C'est le fait d'élaborer une vision d'affaires et de gérer des risques, et d'en assumer les conséquences (Gupta, 2022 ; Medina Angarita & Nolte, 2021 ; Kim, 2021).

(Loué, et al., 2008) considèrent, pour leur part, que la compétence s'apprécie individuellement. Cela signifie qu'elle n'est pas interchangeable d'un individu à un autre. Il s'agit d'une dimension particulièrement pertinente pour l'entrepreneuriat. Par ailleurs, pour (Loué & Baronet, 2015 ; Harini, et al., 2021), il est important de rendre compte des compétences à acquérir et à développer pour pouvoir réussir en affaires.

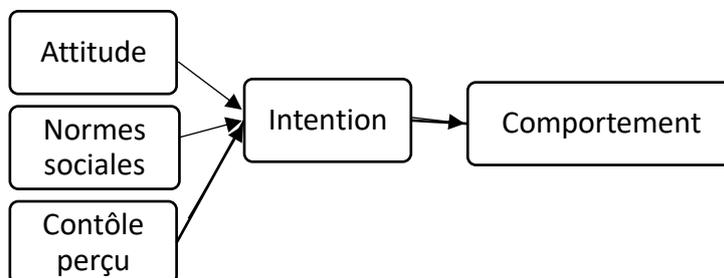
Pour (Borges, et al., 2005), les entrepreneurs sont, très souvent, préparés pour les activités techno-économiques. Ils possèdent les compétences requises pour établir une entreprise technologique (Fiofanova, 2020). Cependant, plusieurs auteurs, comme (Dhewanto, et al., 2022), ajoutant que d'autres compétences sont indispensables pour assurer le succès de la nouvelle entreprise. Ils citent en particulier les compétences en rapport avec le marketing, la gestion, la finance et la comptabilité. Néanmoins, ces compétences peuvent être acquises à mesure des besoins, en consultant les services d'aide et les réseaux, en poursuivant une formation ou en embauchant des employés ou en choisissant des associés (Kim, 2022 ; Cunha & Ferrari, 2023). Dans ce sens, (Christensen, et al., 2001 ; Hidayati, et al., 2022) soulignent que très souvent, les entreprises à caractère technologique sont surtout créées par des équipes entrepreneuriales. (Borges et al., 2005 ; Stam, 2023) ont ajouté que : « *les entreprises créées par des équipes ont plus de chances de survivre et de croître que celles créées par un seul entrepreneur* ». (Burch, et al., 2022) Ceci est d'autant plus vrai lorsque l'équipe est composée d'individus ayant des expériences et des connaissances diverses.

S'agissant du comportement entrepreneurial, (Gieure, et al., 2020) ont relevé qu'il n'existe pas dans la littérature de définition commune du comportement entrepreneurial. Les auteurs, soutiennent que : « *le concept du comportement entrepreneurial fait référence au savoir-faire et aux connaissances que les individus possèdent pour accomplir certaines actions* ». Pour eux, le potentiel acquis conduira un entrepreneur à l'étape de planification pour créer une entreprise. (Adam, 2016), quant à lui, avance qu'être entrepreneur est un comportement complexe, et nécessite une série d'actions. Il soutient que depuis des décades, des auteurs ont établi des modèles pour comprendre les comportements. Il a, dans ce sens, touché au doigt à la théorie de l'action raisonnée (TAR) de (Fishbein et Ajzen, 1975), et à la théorie du comportement planifié (TCP) développée par (Ajzen, 1987, 1991). Selon la théorie présentée dans la Figure 1, l'intention d'une personne est influencée par trois facteurs clés : l'attitude, la perception des normes sociales et le sentiment de contrôle qu'elle pense avoir sur la situation. Ces facteurs ont été étudiés par différents chercheurs, tels que (Boissin, et al., 2009 ; Aashish, et al., 2022 ; Harini et al., 2021 ; Martínez & Crusat, 2019).

Par ailleurs, le comportement entrepreneurial est considéré par (Bird, 1988) est considéré comme un comportement organisationnel. (Gartner, et al., 2010 ; Nova, 2020 ; Gupta, 2022), ajoutent que le comportement entrepreneurial désigne les tâches d'un individu qui crée une nouvelle organisation et non celles d'un individu qui gère une organisation déjà en place (Adam, 2016 ; Liu, et al., 2022).

Pour (Audretsch, et al., 2020 ; Kwapisz & Hechavarria, 2022), les caractéristiques de création des startups innovantes sont différentes certes, ainsi que leurs comportements après la création.

Figure 1 : La théorie du comportement planifié d’Ajzen



Source : Ajzen (1991)

Pour (Gasse, 2011), les innovateurs-entrepreneurs sont souvent occupés, s’investissent totalement dans ce qu’ils font. Ils font toujours de leur mieux pour résoudre les problèmes et ne se laissent pas décourager par les obstacles contraignants.

Les étapes du processus entrepreneurial dans la littérature sont résumées dans le tableau ci-après :

Tableau 1 : Synthèse des travaux de recherche sur les étapes du processus entrepreneurial

Auteurs	Etapes
(Youaleu & Filion, 1996)	Neuf phases : <ul style="list-style-type: none"> • image différente de soi, • apprentissage et proactivité, • intérêt et utilité du domaine, • visualisation, • action, • organisation, • positionnement, • développement, • transférabilité.
(Borges, et al., 2006)	Quatre étapes : <ul style="list-style-type: none"> • initiation • préparation • démarrage • consolidation
(Bruyat, 1993) cité par (Omrane, et al., 2011)	Trois étapes : <ul style="list-style-type: none"> • le démarrage • l’engagement, l’implication et la survie

	<ul style="list-style-type: none"> • le développement
(Nziali & Fayolle, 2012) cité par (Poidi, 2019)	<p>Quatre étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les intentions • la naissance du projet • la jeunesse du projet • la maturation du projet

Source : Auteurs

(Youaleu & Fillion, 1996) ont élaboré un modèle empirique précisant les étapes du processus entrepreneurial. Ce modèle comporte des étapes successives non-linéaires. Il s'agit de l'image différenciée de soi, de la pro-activité et de l'apprentissage, de l'intérêt du domaine, de visualisation, de l'action, de l'organisation, du positionnement-développement, des relations milieu et transférabilité.

Alors que (Borges, et al., 2006) ont élaboré un modèle dans lequel ce processus comporte quatre étapes : initiation, préparation, démarrage et consolidation.

Il est clair que les entrepreneurs ont un besoin accru de formation qui les prépare à toutes les étapes de la création, du démarrage, de la gestion et de la pérennisation de leurs entreprises.

(Bruyat, 1993) cité par (Omrane, et al., 2011), a inventé un modèle comportant trois étapes. Il s'agit : du déclenchement, de l'engagement et de la survie - développement.

(Nziali & Fayolle, 2012), cité par (Poidi, 2019), ont imaginé un modèle qui comporte quatre étapes : celle des intentions, celle de la naissance de l'entreprise, celle de la jeunesse de l'entreprise, et enfin celle de la maturation de l'entreprise. (Kwapisz & Hechavarria, 2022 ; Joo & Hyun, 2023). Ils ajoutent que lorsque le projet est abandonné, les phases de la jeunesse et de la maturation de l'entreprise, seront interrompues.

2. Méthodologie de recherche

Dans ce qui va suivre, nous évoquons la méthodologie adoptée pour cette étude exploratoire. Nous définissons, après, la démarche que nous avons suivie pour la collecte des données pour, ensuite, analyser et interpréter nos résultats.

2.1 Approche méthodologique

Pour (Pras, et al., 2003), la recherche exploratoire nous permet d'avoir une vision assez claire et minutieuse du phénomène étudié. (Creswell, et al., 2003) ajoutent que l'exploration est nécessaire pour tout chercheur qui tente d'explorer un phénomène et de développer un niveau de détail, tout en s'impliquant dans les expériences réelles vécues.

Ainsi, et eu égard au sujet que nous traitons, nous faisons recours à une étude qualitative exploratoire. Il convient de rappeler que, selon (Kaufmann, 1996), les méthodes d'analyse qualitative sont particulièrement utiles pour comprendre et détecter les comportements, les processus et les modèles théoriques. Dans ce contexte, une approche qualitative de recherche est la plus appropriée pour notre étude.

2.2 Collecte de données

Pour notre démarche, nous avons fait le choix de l'entretien semi-directif. Il s'agit d'une technique très utilisée par les chercheurs en sciences de gestion, dans les études qualitatives. Nous avons, ainsi, effectué des entretiens semi-directifs soumis à 18 entrepreneurs digitaux évoluant dans plusieurs régions en Tunisie, et ce pour grapper des informations sur leur processus entrepreneurial, et d'explorer leurs profils et de comprendre les compétences qu'ils mobilisent tout au long du processus entrepreneurial.

Pour commencer, nous avons établi un guide d'entretien qui prend s'articule autour des informations que nous souhaitons recueillir. Cinq principaux thèmes ont constitué l'essentiel de notre guide d'entretien. Il s'agit du processus entrepreneurial des entrepreneurs, de leurs caractéristiques personnelles, de leurs motivations entrepreneuriales, et de leur comportement et de leurs compétences utilisées tout au long de ce processus.

L'échantillon que nous avons ciblé se compose d'entrepreneurs qui ont créé des startups digitales appartenant à différents secteurs d'activité et évoluant dans plusieurs sites en Tunisie. Deux critères ont guidé notre choix de 18 entrepreneurs digitaux. Il s'agit d'abord de la taille de l'échantillon.

En effet (Patton, 2005) soutient que les recherches qualitatives doivent refléter diverses réponses, et non une représentativité statistique des sujets. Dans ce sens, nous avons diversifié les profils selon l'âge, le sexe, l'années d'activités, la région, etc.), comme nous avons ciblé un plus grand nombre de régions en Tunisie.

En second lieu, nous considérons que la taille de l'échantillon est optimale lorsque la saturation est atteinte et lorsqu'un entretien supplémentaire n'ajoute pas d'informations supplémentaires, d'autant que les profils sont suffisamment variés (Gavard-Perret, 2011). Dans notre cas, nous avons atteint la saturation à partir du 18^{ième} entrepreneur, d'où nous n'avons pas jugé nécessaire d'élargir davantage notre échantillon, même s'il comporte une faible participation des femmes entrepreneures.

18 entretiens ont été effectués, en face à face, avec des entrepreneurs, fondateurs ou co-fondateurs de startups digitales (tableau n°2).

Pour mener cette enquête, nous avons suivi les recommandations de (Savenye & Robinson, 1996), déclarant qu'il appartient au chercheur d'enregistrer totalement les interviews et de ne pas imposer ses propres perceptions et son interprétation des propos lancés par la personne interviewée.

Nous avons mené ces entretiens durant la période allant du 13 mars au 11 juillet 2022. La durée moyenne de l'entretien est de 45 minutes.

Au cours de ces entretiens, nos interviewés se sont exprimés librement sur les sujets abordés, sans que nous intervenions dans leurs propos, et en les laissant répondre à leur aise. Nos répondants ont, généralement, donné leur accord pour être enregistrés.

Nous avons retranscrit intégralement leurs propos. Pour le traitement de ces entretiens et l'analyse de leurs contenus, nous avons utilisé NVIVO, un logiciel d'analyse automatisée de données textuelles (Gavard-Perret, 2011).

3. Résultats de l'enquête

L'analyse des informations recueillies a nécessité le recours à l'analyse de contenu. C'est une étape nécessaire pour extraire les informations susceptibles de répondre à notre question de recherche, pour pouvoir ensuite les interpréter.

En tout état de cause, il nous faut préciser que notre échantillon se compose d'entrepreneurs digitaux âgés en moyenne entre 25 et 51 ans. Malgré les efforts déployés pour prendre contact avec les femmes entrepreneures, le nombre de femmes interviewées reste très réduit. En conséquence, 83% de notre échantillon est formé d'hommes. Dans ce sens, l'enquête menée par (Tremblay, et al., 2019) laisse entrevoir que dans le secteur du digital, les hommes sont toujours plus présents que les femmes.

61% d'entre eux sont mariés. Les femmes présentes dans notre échantillon sont, en majorité, mariées.

Dans cette recherche, nous avons tout particulièrement ciblé les régions de Tunis, Sfax, Gafsa et le Kef, par souci de garantir la diversité des profils.

Le tableau 2 ci-dessous présente les caractéristiques de l'échantillon.

Tableau 2 : les principales caractéristiques de l'échantillon

Entrepreneur digital	Sexe	Age	Situation familiale	Ville	niveau d'études /Formation suivie	Taille de la startup	Durée d'activité en années	Associés
A1	H	25	Céli	Sfax	Licence en droit	[2..10]	<2 ans	Oui
A 2	H	34	Céli	Le Kef	Gestionnaire	[2..10]	>2 ans	Non
A 3	H	23	M	Tunis	Master en entrepreneuriat	[2..10]	<2 ans	Non
A 4	F	35	Céli	Gafsa	Licence en physique	<2	<2 ans	Oui
A 5	H	51	M	Tunis	Master en marketing	<2	>2ans	Non
A 6	H	34	M	Tunis	Ingénierie industrielle	[2..10]	>2 ans	Non
A 7	F	38	M	Sfax	Ingénierie informatique	>10	>2 ans	Oui
A 8	H	36	M	Gafsa	Master en informatique	[2..10]	>2 ans	Non
A 9	H	40	M	Tunis	Master génie logiciel	[2..10]	>2 ans	Oui
A 10	H	28	Céli	Tunis	Audit et contrôle	<2	<2 ans	Non
A 11	H	29	M	Sfax	Master en comptabilité	>10	>2 ans	Oui
A 12	H	37	M	Sfax	Diplôme en finance	>2	<2 ans	Oui
A 13	H	30	M	Gafsa	Master en audit et comptabilité	[2..10]	<2 ans	Non
A 14	F	39	M	Sfax	Ingénieur multimédia	[2..10]	<2 ans	Non
A 15	H	27	Céli	Le Kef	Licence en droit public	[2..10]	<2 ans	Oui
A 16	H	28	Céli	Tunis	License génie logiciel	[2..10]	>2 ans	Oui
A 17	H	33	Céli	Tunis	Master en Management	[2..10]	<2 ans	Non
A 18	H	26	M	Gafsa	Master en management	[2..10]	>2 ans	Non

Source : Auteurs

De prime abord, il nous appartient de relever que le niveau d'instruction des entrepreneurs constituant notre échantillon est assez élevé. Il va de bac+3 à bac+5 ou plus. Ils évoluent dans divers secteurs d'activité. Par ailleurs, nous relevons une corrélation qui existe entre la formation universitaire et la taille de la startup. En effet, nous avons relevé que les entrepreneurs, qui ont fait un bac+3 et plus en sciences informatiques, en sciences, en entrepreneuriat ou en management, sont à la tête d'une startup de taille importante.

Rappelons les propos de (Tremblay, et al., 2019) pour qui l'expérience et à l'âge sont des facteurs déterminants. En effet notre cas d'enquête, les entrepreneurs qui ont créé leur startup depuis 30 et 40 ans sont nombreux à diriger des startups digitales ayant plus de 10 employés.

4. Discussions et interprétation des résultats

Les résultats de ce travail seront exposés dans ce qui va suivre. Après relecture et analyse des entretiens que nous avons retranscrits et en examinant les notes prises au cours des entretiens, nous citerons, pour chaque thème évoqué, les verbatims des entrepreneurs interrogés.

Concernant le processus entrepreneurial, la première question qui apparaît dans le guide d'entretien demande aux entrepreneurs de parler de leur processus entrepreneurial à partir de leurs intentions d'entreprendre.

Dans ce sens, (Tremblay, et al., 2019) soutiennent que la culture digitale modifie le processus entrepreneurial. En effet, lorsque l'entrepreneur détecte une opportunité il la transforme en biens (produits et services), qu'il lance sur le marché.

Pour ce qui nous concerne, nous avons relevé que chaque entrepreneur parle d'un processus unique propre à lui pour créer son entreprise, cependant, nous avons dégagé quelques similitudes.

Dans tous les cas, cinq de nos interviewés ont déclaré que la « passion » a guidé leur désir d'entreprendre. Dans ce sens, un de nos questionnés nous a déclaré : *« J'avais toujours une passion pour la photographie, sans pour autant penser exercer dans le domaine. Au début, c'était une activité à temps partiel et, peu à peu, c'est devenu mon travail à plein temps »*.

Pour un certain nombre de répondants, le « rêve » est à l'origine de leurs idées d'entreprendre. Un de nos interviewés a dit : *« être entrepreneur est un rêve que je porte depuis l'enfance et qui s'est peu à peu concrétisé à l'université en participant aux activités para-universitaires, et plus particulièrement au club de l'entrepreneuriat où j'ai acquis des notions solides sur la question »*.

Par ailleurs, bon nombre de nos questionnés (12) ont déclaré que la rencontre avec un associé est à l'origine du déclenchement de leurs processus entrepreneuriaux. En effet, une de nos entrepreneurs a rapporté : « *En 2018, j'ai rencontré un ami qui fait le développement Web, il développe des applications mobiles, on s'est tout de suite mis d'accord pour fonder cette entreprise* ». Quatre entrepreneurs ont présenté leurs démissions pour se lancer en affaires, même si cela n'a pas été facile de quitter le salariat. L'un d'eux a déclaré : « *Après une expérience professionnelle de 3 ans dans une entreprise, j'ai décidé de changer de cap et de mettre en place ma startup le plutôt possible* ».

En outre, bon nombre des personnes interviewées considèrent que rencontrer un partenaire, quitter leur emploi, suivre une formation et commencer à chercher des clients sont des étapes clés dans leur parcours entrepreneurial.

Ajoutons que 9 entrepreneurs ont commencé par créer un site web ou une plateforme, ou encore une application mobile pour tenter de développer et tester la solution auprès d'utilisateurs potentiels. A ce propos, écoutons ce témoignage : « *nous avons d'abord crée un MVP (Minimum Viable Product), pour la tester auprès des utilisateurs cibles* ».

Nos interviewés ont déclaré, majoritairement, avoir procédé à une étude et analyse de marché pour se rendre compte sa taille et analyser son potentiel. Ils ont, par ailleurs, établi un business model. Un d'entre eux a soutenu qu' : « *il est nécessaire de connaître la taille du marché et d'analyser son potentiel* ».

Certains entrepreneurs cherchent à adapter et à ajuster les solutions proposées. Dans ce sens, un interviewé a dit : « *la question que je me pose, c'est si je devais appliquer là ma propre vision ou une tout autre. C'est pour cela que j'essaie d'adapter et d'ajuster les visions.* ».

Pour d'autres, il s'agit de créer un produit et de commencer la vente. Pour un de nos interviewés : « *Et à la fin, je crée le produit et je le mets sur le marché et je commence à vendre, en espérant que le produit réponde aux besoins* ».

Nos résultats soulignent que le processus entrepreneurial passe par quatre phases : celle de l'inspiration, celle de l'intention, celle de l'action et celle du développement. Pour nos interviewés : « *durant ces étapes, nous devons évaluer le projet pour savoir ce qui marche et ce qui ne marche pas* ». Ils ajoutent : « *dans ce cas, nous nous trouvons devant deux alternatives, soit nous abandonnons et nous réintégrons le salariat, soit arrêter temporairement pour se former et se préparer* ». Sur cette question, (Tremblay, et al.,2019) ont soutenu, lorsqu'ils ont été interrogés sur leurs caractéristiques personnelles de l'entrepreneur, que les entrepreneurs dans le domaine du digital sont souvent ouverts à l'international. Ils sont plus

flexibles et souples, beaucoup plus toniques que les vieux et plus familiers à la rapidité des échanges. Pour ce qui est des entrepreneurs tunisiens, nos résultats montrent qu'ils se caractérisent par la flexibilité, l'adaptabilité, l'ouverture d'esprit et la créativité. Par ailleurs, force est de relever que la passion et l'écoute sont fortement mobilisés pendant toutes les étapes du processus entrepreneurial, tant qu'ils sont importants pour l'entrepreneur digital : *« C'est la passion, la patience, la responsabilité, l'écoute active, l'organisation, l'anticipation, l'adaptation, surtout avec la technologie qui évolue rapidement, par exemple aujourd'hui on parle sur Google Meet facilement, et on organise des réunions sur Skype, que vous votez que ce n'est pas accessible à tout le monde »*.

Par ailleurs, la patience, la persévérance, la résilience et le courage sont mobilisés par les entrepreneurs tunisiens durant le processus entrepreneurial. Un entrepreneur rapporte : *« tu as besoin de courage et de résilience pour passer à l'action »*. Bon nombre de nos interviewés stipulent que posséder ces caractéristiques est indispensable pour lancer un projet entrepreneurial, qu'il soit digital ou classique. Pour eux, elles constituent la clé de réussite l'entrepreneur.

Pour leur part, (Tremblay, et al., 2019) ont identifié des motivations de deux natures en menant une enquête sur les entrepreneurs français et québécois. Il s'agit de l'exploitation à outrance des nouvelles technologies et de la recherche d'autonomie.

Par ailleurs, plusieurs raisons poussent les individus à démarrer une startup digitale. 30% de nos répondants désirent être leur propre patron, ou à être financièrement autonomes. Dans ce sens, un questionnaire a déclaré : *« je voulais être mon propre patron et travailler pour mon compte »*. D'autres cherchent à prouver leurs compétences et se sentir utiles, avant de démarrer leurs projets (Batlouni, 2022 ; Cunha & Ferrari, 2023). Il ne reste pas moins que la passion reste un moyen de motivation avant et au ses après le lancement : *« Ce qui m'a motivé, c'est que je fais ce que j'aime, j'essaye de mettre en place les idées que j'ai dans ma tête, c'est ma passion »*.

Pour la période d'après le lancement, nous relevons qu'une grande partie de nos répondants (65%) cherchent à devenir un modèle à suivre et leader sur le marché, en faisant développer leurs startups : *« Notre motivation réelle aujourd'hui, c'est d'être un modèle à suivre »*.

Participer à développer le pays constitue une autre motivation pour certains de nos interviewés dont l'un a déclaré : *« chercher à développer mon pays et à impacter positivement sur mon entourage constituent ma première motivation »*.

S'agissant des compétences entrepreneuriales de nos répondants, force est de relever que les compétences technologiques (développement web et marketing digital) sont surtout mobilisées

pendant tout le processus entrepreneurial. En effet, 60% de fondateurs ou de co-fondateurs de startups visées possèdent ces compétences, les autres ont recouru à l'embouche pour le succès de leurs projets entrepreneuriaux. Dans ce sens, un questionnaire explique : « *Quand tu montes une startup digitale, tu as besoin de compétences complémentaires, il faut quelqu'un qui soit technique, il faut quelqu'un qui se charge de la commercialisation...* ».

Dans tous les cas, il faut être un tant soit peu polyvalent pour être entrepreneur. Cependant, 30% de nos interviewés ont déclaré ne pas pouvoir tout savoir, confirmant ainsi, la nécessité d'avoir une équipe performante pour réussir un projet entrepreneurial.

Une bonne partie de nos interviewés n'ont, au début, ni la capacité de décider ni le punch commercial, cependant, ils les ont eu au fur et à mesure de l'avancement de leurs projets. A ce sujet, un entrepreneur a déclaré : « *je n'ai pas de compétences en commercialisation, mais on a appris comment commercialiser nos produits sur le tas* ».

Conclusion

Dans cette démarche, nous avons essayé de dégager les données concernant le processus entrepreneurial de 18 entrepreneurs digitaux, évoluant en Tunisie. Notre objectif est d'essayer de répondre à la question de savoir qu'en est-il des caractéristiques personnelles, des motivations et des compétences mobilisées par l'entrepreneur digital, et de leur impact sur le processus entrepreneurial, et sur la réussite de l'entreprise ?

Aux termes de cette recherche, nous sommes parvenus au résultat qu'il existe un impact fortement significatif. Ainsi, la relation est évidente puisque les caractéristiques personnelles des entrepreneurs digitaux et le processus entrepreneurial sont indissociables. Cela va dans le sens suggéré par les travaux de la recherche (Gasse, 2011 ; Hichri, et al., 2017 ; Audretsch, 2020 ; Whitehead, 2023 ; Dhewanto, et al., 2022 ; Lorrungsan, et al., 2021 ; Nova, 2020).

Nous avons retenu, par ailleurs, que la motivation est sine qua non pour le succès d'un projet digital. Ceci corrobore l'étude de (Ferry, 2018 ; Kim, 2022). D'ailleurs cette recherche confirme que la motivation est la même pour l'entrepreneur tunisien que pour tous les entrepreneurs dans le monde (Gasse, 2011 ; Diop, 2012 ; Tremblay, et al., 2019 ; Audretsch, 2020 ; Gupta, 2022 ; Liu & Yu, 2021).

Ajoutons que les compétences entrepreneuriales qui se rapportent à la gestion d'entreprises, à la commercialisation, à la prise de décision, à l'innovation, tout comme les compétences techniques, ont toutes un impact très significatif et fortement positif sur le processus de l'entrepreneur digital. Cela va dans le sens de l'affirmation de (Loué & Baronet, 2015 ;

Soesanto, et al., 2021), selon laquelle acquérir des compétences et les développer sont très importants en entrepreneuriat. Il ne reste pas moins que nos interviewés ont, majoritairement, confirmé que la formation qu'ils ont suivie a fait d'eux de bons techniciens mais de mauvais commerciaux, ce qui confirme les résultats de (Borges, et al., 2005 ; Lorrungsing, et al., 2021 ; Gupta, 2022). Ainsi, nos entrepreneurs ont choisi d'engager les compétences qui manquent puisqu'ils ne peuvent pas tout savoir. Dans la plupart des cas, ils préfèrent être en association pour garantir les deux profils (technicien et commercial).

Il nous a été donné de retenir que les entrepreneurs tunisiens ayant des startups digitales préfèrent prendre des risques, ils sont très connectés et plus actifs sur les réseaux sociaux. Ils sont certes épanouis, mais ont du mal à faire l'équilibre entre la famille et le travail, ce qui corrobore les propos d'(Audretsch, et al., 2020 ; Liu, et al., 2022 ; Stam, 2023).

Signalons que dans le contexte tunisien, les startups innovantes se différencient par leur comportement après la création. Ceci va dans le sens des résultats de l'étude menée par (Tremblay, et al., 2019) sur les entrepreneurs des générations X et Y français et québécois.

Ce travail de recherche présente des limites. La principale réside dans le fait que nous n'avons pas assez vérifié les effets très positifs de l'entrepreneur digital sur le processus entrepreneurial. Une seconde limite est d'ordre méthodologique, elle a trait à l'échantillon que nous avons ciblé et qui est de petite taille ; ce qui rend difficile la généralisation de nos résultats.

Ces limites renvoient à des voies futures de recherche. En effet, nous souhaitons que nos résultats puissent relancer le débat, jamais accompli sur le concept de l'entrepreneur digital, sur son profil et sur son processus entrepreneurial, sujet qui reste largement contesté.

Ajoutons que pour vérifier, tester et valider empiriquement les résultats de cette recherche, il est judicieux de mener une étude quantitative confirmatoire dans laquelle nous recommandons d'intégrer d'autres variables intermédiaires tels que l'apprentissage organisationnel, la gestion des connaissances étant donné qu'une partie des résultats trouvés n'explique pas en profondeur la relation entre l'entrepreneuriat digital et le processus entrepreneurial.

BIBLIOGRAPHIE :

- Aashish, K., Dixit, K., & Dwivedi, A. K. (2022). Understanding Appropriate Teaching Pedagogy for Startup Entrepreneurship. In *Industry 4.0 and Advanced Manufacturing: Proceedings of I-4AM 2022* (pp. 319-326). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Acharya, S. R., & Dixit, T. (2019). Technology Entrepreneurship: Role of Government in Enabling Startup Support Ecosystem.
- Adam, A.-F., (2016). From entrepreneurial intention to behavior: to what extent commitment and implementation intention could facilitate action? Université Grenoble alpes, Grenoble. p.142
- Audretsch, D., Colombelli, A., Grilli, L., Minola, T., Rasmussen, E., (2020). Innovative start-ups and policy initiatives. *Res. Policy*, Vol. 49, No. 10, p.14.
- Batlouni, B. (2022). Global Entrepreneurship Imaginary: The Textual Construction of the Lebanese Startup Ecosystem (Doctoral dissertation, University of Colorado at Boulder).
- Bird, B., (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Acad. Manage. Rev.* Vol.13, No. 3, pp. 442-453.
- Boissin, J., Branchet, B., Almeida, F. de, Bittar, S., Freitas, H., Martens, C.D.P., 2009. Intentions entrepreneuriales des étudiants. Une comparaison Brésil - France. Présentée au 5^{ème} colloque de l'IFBAE, Grenoble, p. 19.
- Borges, C., Jacques, L., Simard, G., (2006). Le parcours des créateurs d'entreprises technologiques : de l'idée d'affaires au seuil de rentabilité. Présenté au 23^e Colloque du CCPME/CCSBE. p.19.
- Borges, C., Simard, G., Filion, L.J., (2005). Entrepreneuriat technologique Résultats de recherche sur la création d'entreprises technologiques au Québec. HEC Montr., Cahier de recherche no 2005-13. P. 42.
- Boughattas, Y., Bayad, M., (2015). Métier d'entrepreneur : Étude exploratoire pour identifier et évaluer les compétences. P. 26.
- Bourguiba, M., (2007). De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. Université Nancy 2. P. 330
- Bouslikhane, A., (2011). Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial. Université de Nancy 2, Nancy. P. 341
- Bruyat, C., (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation. Université Pierre Mendès. Grenoble II. P. 433.
- Burch, T., Tocher, N. M., & Murphy, G. (2022). An examination of how personal characteristics moderate the relationship between startup intent and entrepreneurship education. *New England Journal of Entrepreneurship*, (ahead-of-print).

- Cavallo, A., Ghezzi, A., Dell'Era, C., & Pellizzoni, E. (2019). Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 24-35
- Christensen. P. V., Ulhøi J. P., Neergaard H, (2001). The Entrepreneurial Process in High-tech and Knowledge-based Sectors in Denmark. LOK Res. Cent. CBS. LOK Working Paper No. 3. P. 26.
- Creswell, J.W., Clark, V.L.P., Gutmann, M.L., Hanson, W.E., (2003). Advanced Mixed Methods Research Designs, dans: *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, Thousand Oaks. Sage Publications, Inc., pp. 209–240.
- Cunha, F. G., & Ferrari, R. (2023). The roots, the branches and the fruits: Exploring the impact of brazilian student entrepreneurship societies on startup creation and on entrepreneurship education. *Journal of Management and Business Education*, 6(1), 1-23.
- Degeorge, J.-M., (2007). Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : le cas des ingénieurs français. Université jean moulinlyon III, Lyon. P.371.
- Dhewanto, W., Umbara, A. N., &Herliana, S. (2022, May). Examining Entrepreneurship Ecosystem for Digital Startup towards Sustainability after the Pandemic. In *Proceedings of the 2022 International Conference on E-business and Mobile Commerce* (pp. 32-38).
- Diop, P.M., (2012). La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone. Conservatoire National des Arts et Métiers. P. 367.
- Dodor, A., Li, C., Akolgo, I. G., &Quacoe, D. (2018). Effect of Symbiotic Relationship on Self-organized Startup Entrepreneurship, an Innovative Synergy. *Journal of Economics, Management and Trade*, 21(4), 1-13.
- Fayolle, A., (2002). Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche 6ème Congrès international francophone sur la PME (CIFPME), HEC, Montréal. P.23.
- Fayolle, A., Séricourt, P., (2005). Peut-on former des entrepreneurs ? *Expans. Manag. Rev.* N° 116, P. 34.
- Ferry, A., (2018). L'accompagnement entrepreneurial : la métamorphose des accompagnateurs en facilitateurs. École doctorale Abbé Grégoire. P. 650.
- Fettouma, M. A. A. (2023). Digitalisation et développement des métiers de l'offshoring au Maroc: Essai de Modélisation. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 4(2).
- Filion, L.J., (1999). Tintin, Minville, l'entrepreneur et la potion magique. Les grandesconférences, Presses HEC, Montréal.
- Fiofanova, O. A. (2020). Startup Management in Social Entrepreneurship: A Strategy for Building Technological Potential and Overcoming of the Trap of the Average

- Income. Complex Systems: Innovation and Sustainability in the Digital Age: Volume 1, 3-10.
- Gartner, W.B., (1988). “Who Is an entrepreneur?” Is the Wrong Question. *Am. J. Small Bus.* No. 12, PP. 11–32.
- Gasse, Y., (2011). Les entrepreneurs des secteurs technologiques : leur profil, leurs motivations et leurs actions. *Manag. Avenir* Vol. 2, No. 42, PP. 247-261.
- Gavard-Perret, M.-L., (2011). *Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*, Pearson Education. France, Paris.
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., Roig-Dobón, S., (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *J. Bus. Res.* Vol. 112, pp. 541–548.
- Giraud, E., Giudici, G., & Grilli, L. (2019). Entrepreneurship policy and the financing of young innovative companies: Evidence from the Italian Startup Act. *Research Policy*, 48(9), 103801.
- Goumghar. S & Fikri. M (2022) « Le passage d’une entreprise traditionnelle à une entreprise digitale. *Revue de la littérature* », *Revue Internationale du chercheur* « Volume 3 : Numéro 1 » pp : 362 - 374
- Gupta, R. K. (2022). Does University Entrepreneurial Ecosystem and Entrepreneurship Education Affect the Students’ Entrepreneurial Intention/Startup Intention? In *Industry 4.0 and Advanced Manufacturing: Proceedings of I-4AM 2022* (pp. 355-365). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Harini, R., & Savithri, R. (2021). Entrepreneurship and startup policy of India and its impact. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 4668-4673.
- Haymond, J. E., & Rice, W. A. (2022). Lean Startup: A Bridge between Austrian Views of Entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise*, 37(4), 61-76.
- Hernandez, É.-M., (2012). L’entrepreneuriat comme processus. *Rev. Int. PME* 8, pp. 107–119.
- Hichri, S., Yami, S., Givry, P., M’Chirgui, Z., (2017). Rôle des pépinières, caractéristiques du projet entrepreneurial et croissance des start-ups TIC : le cas d’un pays en développement. *Rev. L’Entrepreneuriat* Vol. 16, No. 2, pp. 59-90.
- Hidayati, H., Aulia, S., & Harianja, A. (2022). The Influence of Entrepreneurship Literacy and Digital Literacy on Entrepreneurial Interest of the Young Generation in Startup Business. *International Journal of Advanced Technology Management and Entrepreneurship*, 3(1).
- Hofer, C.W., Bygrave, W.D., (1992). Researching Entrepreneurship. *Entrep. Theory Pract.* Vol. 16, No. 3, pp. 91-100.

- Jaziri, R., (2009). Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat. Présenté au colloque international sur "Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis". Gafsa. P. 23.
- Jean-Michel Degeorge et Karim Messeghem, « Poursuite d'opportunité entrepreneuriale et modes de management », *Finance Contrôle Stratégie* [En ligne], 19-2 | 2016, mis en ligne le 29 juin 2016, consulté le 29 mai 2023. URL: <http://journals.openedition.org/fcs/1794>; DOI: <https://doi.org/10.4000/fcs.1794>
- Joo, B. K., & Hyun, B. H. (2022). The effect of convergence research (government support, entrepreneurship, trend) of start-ups (startup companies) on business performance. *Journal of Digital Convergence*, 20(3), 275-281.
- Kabo, F., Thornhill, S., & Isele, E. (2020). Disruption as Antecedent to New Business Startup: A Study of Entrepreneurship Using the Understanding America Study. *Innovation in Aging*, 4(Supplement_1), 460-460.
- Kaufmann, J.-C., (1996). *L'entretien compréhensif*, Nathan, Paris.
- Keyhani, M. (2022). Startup stacks: understanding the new landscape of digital entrepreneurship technology. In *Handbook of Digital Entrepreneurship* (pp. 140-160). Edward Elgar Publishing.
- Kharbach, O (2023). L'importance des clusters pour la compétitivité des PME dans une économie mondiale (Cas du cluster Casablancais). *Revue Internationale du Chercheur*. 4, 1 (Mar. 2023).
- Kim, J. (2021). Local Multipliers in New Firm Creation: Inter-Sectoral Spillovers of Entrepreneurship and Startup Agglomeration. *Global Economic Review*, 50(3), 213-234.
- Kim, J. D. (2022). Startup acquisitions, relocation, and employee entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 43(11), 2189-2216.
- Kim, Y., & Park, S. (2020). The Study on the Meaning Change of 'Startup' and 'Entrepreneurship' using the Bigdata-based Corpus Network Analysis. *Journal of Korea Society of Digital Industry and Information Management*, 16(4), 75-93.
- Kravchenko, T. (2022, December). Innovative Entrepreneurship and Startup Management. In *Shaping a Sustainable Future* (pp. 239-256). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Kwapisz, A., & Hechavarría, D. M. (2022). Nascent Social Entrepreneurship, Startup Financial Support, and Societal Stereotypes. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2022, No. 1, p. 13358). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

- Liu, M., Gorgievski, M. J., Zwaga, J., & Paas, F. (2022). Understanding and motivating student feedback seeking: Insights from a lean startup based entrepreneurship program. *The International Journal of Management Education*, 100750.
- Lorino, P., Tarondeau, J.-C., (2006). De la stratégie aux processus stratégiques. *Rev. Fr. Gest.* Vol. 41, pp. 307–328.
- Lorruangsin, S., Ratana-ubol, A., & Soopunyo, W. (2021). The results of a non-formal education program using social learning theory for enhancing attitude towards startup entrepreneurship for undergraduate students. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(5).
- Loué, C., Baronet, J., (2015). Quelles compétences pour l'entrepreneur ? Une étude de terrain pour élaborer un référentiel. *collec. Sept ans de réflexion sur l'entrepreneuriat et l'innovation.* Vol. 4, pp. 112 - 119.
- Loué, C., Laviolette, E.M., Bonnafous-Boucher, M., (2008). L'entrepreneur à l'épreuve de ses compétences : Eléments de construction d'un référentiel en situation d'incubation. *Rev. L'Entrepreneuriat.* Vol. 7, No. 1, pp. 63-83.
- Mamouni, A. D., & Skouri, A. (2023). L'écosystème entrepreneurial vecteur de croissance des PME : Cas de la région Fès-Meknès. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 4(2).
- Martínez, M., & Crusat, X. (2019, April). The Entrepreneurship Journey: Fostering Engineering Etudents' Entrepreneurship by Startup Creation. In 2019 IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON) (pp. 120-123). IEEE.
- Medina Angarita, M. A., & Nolte, A. (2021). Supporting Entrepreneurship with Hackathons-A Study on Startup Founders Attending Hackathons. In *Software Business: 12th International Conference, ICSOB 2021, Drammen, Norway, December 2–3, 2021, Proceedings 12* (pp. 107-121). Springer International Publishing.
- Ndour, M., (2017). L'évolution du business model de l'entreprise sociale, le cas des entreprises des TIC : une étude comparative de cas France/Sénégal. *Université Paris Descartes et Université Gaston Berger.* P.437.
- Nova, M. (2020). Social Enterprise in Developing Countries: The Case of Developing Countries–Social Entrepreneurship and Startup. In *Developing entrepreneurial competencies for start-ups and small business* (pp. 144-158). IGI Global.
- Nur, M. A. (2019). Curriculum development design of entrepreneurship education: A case study on Indonesian higher education producing most startup founder. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(3), 1-14.
- Nziali, E., Fayolle, A., (2012). L'entrepreneuriat en France : une comparaison internationale. *Global Entrepreneurship Monitor.* P. 44.

- Omrane, A., Fayolle, A., Zeribi-BenSlimane, O., (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique. *Rev. Sci. Gest.* Vol. 251, No. 5, pp. 91-100.
- Park, C. W., & Kang, G. L. (2020). A study on the impacts of entrepreneurship and transformational leadership on employment and startup awareness: Mediating effects of corona 19 social issue. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(5), 51-63.
- Patton, M.Q., (2005). Qualitative Research, dans: *Encyclopedia of Statistics in Behavioral Science*. American Cancer Society.
- Poidi, K.I., (2019). Processus d'innovation dans l'entrepreneuriat : la place des artefacts dans l'activité en équipe-projet. L'université lumière lyon 2, Lyon. P.292.
- Pras, B., Evrard, Y., Roux, E., (2003). *Market : études et recherches en marketing - Fondements, méthodes*. 3e édition, Dunod, Paris.
- Reynolds, P., White, S., (1997). *The Entrepreneurial Process: Economic Growth, Men, Women, and Minorities*, Quorum Books.
- Savenye, W.C., Robinson, R.S., (1996). Qualitative research issues and methods: An introduction for educational technologists, dans: D. Jonassen, *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*. Simon & Sculster Macmillan, pp. 1171–1195.
- Schmitt, C., (2006). De la convergence de l'entrepreneuriat vers la notion de projet, dans : Lievre P., Lecoutre, M., Traoré M.K., *Management de projets, les règles de l'activité à projet*. Hermes/Lavoisier, pp. 125–135.
- Shapero, A., Sokol, L., (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. Social Science Research Network, Rochester, NY.
- Silva, S. A. C. D. K., Mihirangika, S. M., & Minimuthu, K. D. L. G. (2021). Barriers towards woman entrepreneurship during business startup stage in srilanka: with evidence from western province.
- Soesanto, C., Hartono, W., Hongdiyanto, C., & Ongkowitzo, G. (2021). PROMOTING STARTUP BUSINESS'SUCCESS IN UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA: THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4).
- Stam, E. (2023). *Entrepreneurial ecosystems, start-up communities and entrepreneurship cultures: The startup community way: Evolving an entrepreneurial ecosystem*, by Brad Feld and Ian Hathaway, Wiley, 2020. 368 pp.,£ 22.99 (hbk). ISBN 978-1-119-61360
- Tremblay, M., Pelé, M., Dokou, G.A., Gasse, Y., (2019). *Les entrepreneurs des générations X et Y*, Ellipses, Paris.

- Verstraete, T., (2004). Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat.
- Wang, J., Fu, T., & Yang, M. (2021). A Case Study on Startup Practice of Entrepreneurship Education at a University in Anhui Province, China. *Journal of the International Relations & Interdisciplinary Education*, 1(2), 91-101.
- Whitehead, D. (2023). Startup Culture: MLMs, Mormons, and Entrepreneurship. *Mormon Studies Review*, 10, 31-41.
- Yao, Y., & Xu, P. (2021). Entrepreneurship Processes in a Bike Sharing Startup. In *AMCIS*.
- Youaleu, C.K., Filion, L.J., (1996). Neuf étapes du processus entrepreneurial. Présentée à CCSBE/CCPME, Montréal, p. 20.