

L'entrepreneur naissant: de l'intention à l'action

Éditeurs associés

Jean Pierre Boissin, Université de Grenoble Alpes, France

Norris Krueger, Boise School of Advanced Studies, USA

Adnane Maalaoui, IPAG Business School, France

Jean-Michel Sahut, IDRAC Business School, France

Erno Tornikoski, University of Exeter Business School, UK; Grenoble Ecole de Management, France

Thématique et Orientations de recherche

La création d'entreprise connaît une forte croissance. En particulier, la création d'entreprise par les étudiants semble prendre de plus en plus de place dans l'écosystème éducatif et plus spécifiquement dans le milieu de l'enseignement supérieur. Les Universités et Business School alimentent le quotidien de leurs étudiants par des enseignements tournés vers l'entrepreneuriat mais également par des actions de sensibilisation. Cette stratégie se matérialise également par un investissement plus important dans les structures d'accompagnement tel que la mise en place d'incubateurs et accélérateurs. En France, l'entrepreneuriat étudiant a été consacré comme une priorité nationale, notamment à travers le Plan Étudiants Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PÉPITE) porté par le Ministère de l'Enseignement, de la Recherche et de l'Innovation, qui permet aux étudiants de bénéficier d'une structure d'accompagnement au sein des établissements d'enseignement supérieurs, mais également du très attractif Statut National Étudiant Entrepreneur (SNEE). Le plan vise notamment à faciliter et à encourager l'expérience de la création et reprise d'entreprise chez les étudiants et jeunes diplômés.

En retour, l'étudiant-entrepreneur fait l'objet d'une attention croissante dans le monde des praticiens et de la recherche (Marchand et Hermens, 2015). En s'appuyant sur les modèles de la psychologie cognitive, il s'agit d'explorer les facilitateurs/accélérateurs de l'expérience entrepreneuriale chez ces derniers, en vue d'amener un changement significatif dans leurs modèles de pensée (Maalaoui et Al., 2018a). La recherche (Maalaoui et Al., 2018b) et la pédagogie entrepreneuriale sont étroitement liées, l'une alimente l'autre dans un processus

dynamique et itératif. C'est pour cette raison que les enseignants chercheurs se sont penchés sur la question du passage à l'acte chez les étudiants (Boissin et Al., 2009 ; Boissin et Al., 2017).

Les modèles d'intention sont des modèles prédictifs (Krueger, 2003) permettant de comprendre les attitudes individuelles mais également collective (Shepherd et Krueger, 2002) à l'égard de la création d'entreprise et les recherches en ce sens sont nombreuses (Krueger et Carsrud, 1993; Krueger et al., 2000 ; Sahut et al., 2015; Krueger, 2017 ; Nabi et al., 2017 ; Maalaoui et Germon, 2017). Ces recherches se sont focalisées principalement sur les modèles d'intention (Ajzen 1991 via la théorie du comportement planifié mais aussi Shapero et Sokol en 1982 via la théorie de l'évènement entrepreneurial).

Si ces modèles se sont révélés extrêmement robustes pour saisir les représentations des étudiants vis-à-vis de la création d'entreprise sous-tendant l'intention de créer, il ressort de travaux récents une claire injonction à creuser les déterminants de son implémentation en comportement effectif (Fayolle et Linan, 2014). Des travaux ont adressé le désormais fameux gap entre intention et action entrepreneuriales, à travers des notions telles que l'implémentation de l'intention (Krueger, 2017 ; Van Gelderen et al., 2018), la motivation (Casrud et Brännback, 2011) ou l'engagement (Adam et Fayolle, 2015). Pour sa part, Icek Ajzen avance dans un article à paraître dans *International Small Business Journal (ISBJ)* (Tornikoski et Maalaoui, 2019) que *«intentions and behavior are based on a cognitive and affective foundation that consists of three sets of beliefs readily accessible in memory at the time of the behavior..... the ability to act on an intention depends on the degree of control over performance of the behavior. Behavioral control can be increased by providing people with the required resources and by removing barriers»*. Pour autant, à ce jour, peu de recherches empiriques intègrent de tels construits au modèle originel de l'intention.

La création d'entreprise est un processus long et complexe, impliquant de multiples activités (Carter et al, 1996 ; Gartner, 1985 ; Reynolds and White, 1997) et une somme d'efforts et de temps considérable de la part de l'entrepreneur. Elle nécessite donc pour le créateur d'être entièrement engagé et tourné vers la poursuite de ses objectifs. Pour un étudiant en fin de cursus ou un jeune diplômé, l'expérience entrepreneuriale peut constituer une première brique dans la construction d'une carrière professionnelle, mais également un processus riche en apprentissage, dans la continuité de sa formation initiale. Il est dès lors crucial de comprendre ce qui peut pousser ces étudiants-entrepreneurs à persévérer dans leurs efforts et à créer leur

propre entreprise. L'analyse du passage de l'intention à l'action chez cette sous-population peut ainsi permettre de mieux comprendre les logiques qui sous-tendent son action.

L'objectif de ce numéro spécial est de faire le point sur les recherches s'intéressant à l'étude et la compréhension du gap entre intention et action chez les étudiants. L'idée est de comprendre la capacité des étudiants à entreprendre et à la singularité de ces comportements. Nous souhaiterions, notamment, apporter un peu de lumière sur les modèles de la psychologie cognitives qui expliqueraient le passage à l'acte de ces derniers. Le champ d'investigation de ce dossier couvre donc l'étude de l'entrepreneuriat des étudiants dans toutes ses dimensions, mais aussi les déterminants psychologiques et cognitifs de ce dernier.

Les propositions de contribution à ce dossier spécial pourront notamment traiter des thématiques suivantes :

- Gap entre intention et action chez les étudiants entrepreneurs
- L'implémentation de l'intention entrepreneurial, notamment le rôle joué par des construits comme l'*implementation intention*, la motivation ou l'engagement dans ce processus
- Impact de l'éducation et des dispositifs d'accompagnement sur le passage à l'acte entrepreneurial des étudiants
- Nature et spécificité de l'engagement entrepreneurial des étudiant-entrepreneurs
- Défis et difficultés à dépasser pour les entrepreneurs naissants
- Impact des pairs et des mentors sur les étudiants entrepreneurs

Cette liste non exhaustive peut être enrichie par des contributions traitant de la thématique au sein d'autres disciplines ou permettant d'accroître les connaissances relatives à cette problématique en entrepreneuriat.

Procédure de soumission et Calendrier :

Les articles devront être conformes aux exigences de la Revue de l'Entrepreneuriat. La publication du numéro thématique « Entrepreneuriat Étudiant : de l'intention à l'action » est prévue le 3ème trimestre 2020. Les propositions d'article sont à envoyer aux éditeurs invités : Jean-Pierre Boissin (jean-pierre.boissin@grenoble-iae.fr), Adnane Maalaoui (a.maalaoui@ipag.fr), et Jean-Michel Sahut (jmsahut@gmail.com)

- Soumission d'un article (en développement) ou d'un résumé étendu de 5 pages : 2 mai 2019
- Workshop IRMBAM 10ème anniversaire, 8-11 Juillet 2019 à Nice
<https://ipag-irm.sciencesconf.org/>
- Transmission des propositions d'articles au format de la Revue de l'Entrepreneuriat : 1er Septembre 2019
http://entrepreneuriat.com/pole-recherche/revue_entrepreneuriat/normes-de-publication/
- Retour des évaluations aux auteurs : 2 Décembre 2019
- Transmission des propositions modifiées : 15 Janvier 2020
- Retour des évaluations aux auteurs : 15 Mars 2020
- Réception de la version finale des articles : 2 Mai 2020

Bibliographie :

- Adam, A.F., Fayolle, A. (2015). Bridging the entrepreneurial intention–behaviour gap: the role of commitment and implementation intention. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(1), 36-54.
- Ajzen I. (1991), "The theory of planned behavior", *Organizational and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Boissin, J. P., Chollet, B., Emin, S. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique. *M@n@gement*, 12(1), 28-51
- Boissin, J. P., Favre-Bonté, V. Fine-Falcy, S. (2017). Diverse impacts of the determinants of entrepreneurial intention: three submodels, three student profiles. *Revue de l'entrepreneuriat*, 16(3-4), 7-33.
- Branchet, B., Boissin, J. P., & Hikkerova, L. (2017). Modeling entrepreneurship intentions: an essay of typology. *Management International*, 21(2), 109.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of business venturing*, 11(3), 151-166.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In *Handbook of entrepreneurship research*(pp. 105-140). Springer, Boston, MA.
- Krueger, N. F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In *Revisiting the Entrepreneurial Mind* (pp. 13-34). Springer, Cham.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Maalaoui, A., Perez, C., Bertrand, G., & Razgallah, M. (2018a). "Cruel intention" or "entrepreneurial intention": what did you expect? *A Research Agenda for Entrepreneurial Cognition and Intention*, 7.
- Maâlaoui, A., Mejri, C. A., Lahouel, B. B., & Bertrand, G. (2018b). De l'audace à l'ouverture au changement des étudiants en école de commerce: une approche de l'intention entrepreneuriale par les valeurs personnelles. *Question (s) de management*, (1), 103-117.

- Maâlaoui, A., & Germon, R. (2017). Entrepreneurial Intention through the Cognitive Psychology Approach: Past, Present and Future Research. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 17(2), 17-26.
- Marchand, J., & Hermens, A. (2015). Student entrepreneurship: A research agenda. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 8(2), 266.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299.
- Reynolds, P. D., & White, S. B. (1997). *The entrepreneurial process. Economic Growth, Men, Women, and Minorities*. Westport, Connecticut, and London: Quorum Books.
- Sahut, JM., Gharbi, S., & Mili, M. (2015). Identifying factors key to encouraging entrepreneurial intentions among seniors. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 32 (4), 252-264.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship.
- Shepherd, D. A., & Krueger, N. F. (2002). An intentions-based model of entrepreneurial teams' social cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 167-185.
- Tornikoski, E & Maalaoui, A. (2019). Critical reflections – the Theory of Planned Behaviour: An interview with Icek Ajzen with implications for entrepreneurship research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 1–15, FORTHCOMING.
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923-941.