L'INFLUENCE DES RESEAUX SOCIAUX SUR LA STIMULATION DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL CHEZ L'INDIVIDU : MYTHE OU REALITE ?

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON STIMULATING THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT IN INDIVIDUALS: MYTH OR REALITY?

DOI: 10.5281/zenodo.8106206

AMAGUOURE Youssra

Doctorante
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, Université Soultan Moulay Ismail, Meknes, Maroc
youssra.amagoure@gmail.com

ELIDRISSI Lalla Hind

Enseignante- chercheuse
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, Université Soultan Moulay Ismail, Fes, Maroc
hindelidrissi@live.fr

L'INFLUENCE DES RESEAUX SOCIAUX SUR LA STIMULATION DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL CHEZ L'INDIVIDU : MYTHE OU REALITE ?

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

RESUME

Avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication, les entrepreneurs ont changé leur manière de promouvoir leur marque, d'interagir avec les clients et de développer leur entreprise. Les réseaux sociaux ont ainsi permis aux entrepreneurs de créer une présence en ligne, de promouvoir des produits et services, d'attirer de nouveaux investisseurs et d'établir des relations avec les clients. Ces réseaux sociaux ont également permis l'émergence d'influenceurs qui sont aujourd'hui devenus des entrepreneurs, ayant une grande audience et une forte présence en ligne, capables de promouvoir leurs produits et services, et d'influencer leur communauté à se lancer dans l'univers de l'entrepreneuriat.

AMAGUOURE Youssra

Doctorante
Université Soultan Moulay Ismail, Meknes, Maroc

ELIDRISSI Lalla Hind

Enseignante- chercheuse
Université Soultan Moulay Ismail, Meknes, Maroc

Mot clés : influence, esprit entrepreneurial, réseaux sociaux, influenceur, entrepreneuriat, incitation.

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON STIMULATING THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT IN INDIVIDUALS: MYTH OR REALITY?

AMAGUOURE Youssra

PhD student

Soultan Moulay Ismail University, Meknes, Morocco

ELIDRISSI Lalla Hind

Lecturer- Teacher

Soultan Moulay Ismail University, Meknes, Morocco

ABSTRACT

With the advent of information and communication technologies, entrepreneurs have changed the way they promote their brand, interact with customers, and develop their business. Social media have allowed entrepreneurs to create an online presence, promote products and services, attract new investors, and establish relationships with customers. These social media have also enabled the emergence of influencers who have become entrepreneurs, with a large audience and strong online presence, capable of promoting their products and services, and influencing their community to become entrepreneurs.

Keywords: influence, entrepreneurial mindset, social media, influencer, entrepreneurship, incitement.

INTRODUCTION :

Au cours des dernières décennies, l'entrepreneuriat est devenu un moteur important de l'économie mondiale, stimulant la croissance économique et l'innovation. Cependant, avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication, l'entrepreneuriat a connu une évolution significative en termes de promotion et de marketing, grâce à l'émergence des réseaux sociaux.

Ces derniers ont considérablement changé la façon dont les entrepreneurs promeuvent leur marque, interagissent avec les clients et développent leur entreprise. Ils offrent des plateformes puissantes aux entrepreneurs pour créer une présence en ligne, établir des relations avec les clients, promouvoir des produits et services, et attirer de nouveaux investisseurs.

Des réseaux sociaux tels qu'Instagram, TikTok, Twitter et Facebook sont devenus des plateformes populaires pour les influenceurs, leur permettant de partager du contenu avec leur communauté, appelée également "followers", et de communiquer directement avec eux.

Ces influenceurs, qui sont des personnes disposant d'une grande audience et d'une forte présence en ligne, utilisent leur influence pour promouvoir des produits, des marques ou des idées. Ils sont aujourd'hui considérés comme des entrepreneurs, et l'on parle même d'instapreneurs en référence à la plateforme "Instagram".

Cependant, est-ce que ces instapreneurs, qui utilisent Instagram ou une autre plateforme comme lieu de partage de leurs histoires et de leurs parcours entrepreneuriaux, parviennent à inspirer les autres à poursuivre leurs propres ambitions entrepreneuriales et à inciter l'esprit entrepreneurial chez eux ?

Afin de répondre à cette problématique, nous examinerons en

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

premier lieu la littérature, en donnant un aperçu de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneuriat numérique, et en mettant l'accent sur l'influence des réseaux sociaux sur la promotion de l'entrepreneuriat et l'incitation de l'esprit entrepreneurial. Nous présenterons ensuite la méthodologie de recherche. Enfin, nous analyserons les résultats obtenus à partir de l'enquête menée auprès des individus utilisant les réseaux sociaux.

I. FLASH HISTORIQUE :

II.1. Emergence de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un concept complexe qui englobe de nombreux aspects et qui a suscité l'intérêt de chercheurs issus de différentes disciplines. Il s'agit d'un domaine d'étude multidisciplinaire qui a connu une évolution dynamique au cours des dernières décennies.

Cette évolution peut être simplifiée en identifiant les principales étapes clés de l'histoire de l'entrepreneuriat. Au fil du temps, de nombreux chercheurs et penseurs ont apporté des contributions significatives à notre compréhension de ce phénomène.

- Au XVIIIe siècle, Richard Cantillon a jeté les bases de la réflexion sur l'entrepreneuriat en mettant en évidence le rôle central des entrepreneurs dans l'économie. Il a introduit le terme "entrepreneur" pour désigner les individus qui prennent des risques en achetant des biens à un certain prix afin de les revendre à un prix incertain sur le marché.[1]
- Au XXe siècle, Joseph Schumpeter a profondément influencé la pensée entrepreneuriale en mettant en avant le rôle de l'entrepreneur en tant que moteur de l'innovation économique. Il a souligné la capacité des entrepreneurs à introduire de nouvelles idées, à perturber les marchés existants et à favoriser la croissance économique à travers le processus de "destruction créatrice".[2]
- Les années 1950 et 1960 ont été marquées par les travaux des économistes tels que William Baumol[3], qui ont mis en évidence les caractéristiques distinctives de l'entrepreneur, telles que la prise de risques et la créativité. Ces chercheurs ont également souligné l'importance de l'entrepreneuriat pour la croissance économique et le développement.
- Dans les années 1970, l'étude de l'entrepreneuriat s'est élargie pour inclure des perspectives sociologiques, psychologiques et anthropologiques. Les travaux de chercheurs tels que David David Mc Clelland[4] ont mis en évidence l'importance de la motivation entrepreneuriale, des traits de personnalité et de l'environnement social dans le développement de l'entrepreneuriat.

[1] L'économiste Richard Cantillon a utilisé le terme d'entrepreneur pour la première fois au XVIIIe siècle. Il a développé sa vision de l'entrepreneur dans son livre intitulé "Essai sur la nature du commerce en général", la partie intitulée "Des propriétaires" (page 73 dans l'édition de 1755).

[2] Le travail de Joseph Schumpeter sur l'entrepreneuriat peut être trouvé dans son livre de 1911 intitulé "La théorie de l'évolution économique". Schumpeter est également célèbre pour son concept de "destruction créatrice", qu'il a développé dans son livre de 1942 intitulé "Capitalisme, socialisme et démocratie". Notamment dans Dans "La théorie de l'évolution économique" la section 2 intitulée "L'entrepreneur et la fonction entrepreneuriale" (pages 66-81 dans l'édition de 1983).

[3] Dans son article de 1968 intitulé "Entrepreneurship in Economic Theory", William Baumol discute de l'importance de l'entrepreneur dans la théorie économique. L'article est publié dans le Journal of Political Economy, volume 76, numéro 2, pages 328-348.

[4] Dans "The Achieving Society", David McClelland examine les motivations des entrepreneurs dans la partie intitulée "The Entrepreneurial Personality" (pages 56-71 dans l'édition de 1961).

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

- Années 1980 et 1990 : ces décennies ont été marquées par une croissance significative de la recherche sur l'entrepreneuriat, avec la publication de travaux clés tels que ceux de Howard Aldrich [5] et de Sara Carter[6]. Ces travaux ont souligné l'importance des processus sociaux et institutionnels dans l'entrepreneuriat, ainsi que la diversité des types d'entrepreneurs.
- À l'aube du XXIe siècle, l'entrepreneuriat a continué à se développer en tant que domaine d'étude dynamique et pertinent. Les chercheurs ont exploré de nouvelles dimensions de l'entrepreneuriat, mettant l'accent sur des aspects tels que la cognition et l'action. Saras Sarasvathy[7], par exemple, s'est intéressée à la manière dont les entrepreneurs pensent et prennent des décisions dans des environnements complexes et incertains. Ses travaux ont mis en évidence l'importance de l'effectuation, un processus cognitif basé sur les ressources disponibles et les actions concrètes, par opposition à la planification préalable et à la prédiction. Cette approche a permis de mieux comprendre les stratégies et les comportements des entrepreneurs.

Parallèlement, l'internationalisation de l'entrepreneuriat est devenue un sujet de plus en plus important. Les travaux de chercheurs tels que Mark Casson[8] ont mis en évidence l'impact de la mondialisation et de la connectivité accrue sur l'entrepreneuriat. L'internationalisation permet aux entrepreneurs d'explorer de nouveaux marchés, de collaborer avec des partenaires internationaux et de bénéficier des avantages de la diversité culturelle et des opportunités mondiales.

Dans l'ensemble, cette évolution historique de l'entrepreneuriat reflète son importance croissante en tant que force motrice de l'économie mondiale et de la société en général. Les recherches menées au fil des années ont contribué à approfondir notre compréhension des différents aspects de l'entrepreneuriat, de sa nature multidimensionnelle à son influence sur la croissance économique, l'innovation et le développement social. Ces connaissances sont essentielles pour soutenir et encourager l'entrepreneuriat dans un monde en constante évolution.

II.2. Aperçu sur historique de l'entrepreneuriat digital :

L'entrepreneuriat digital peut être défini comme le processus de création et de développement d'entreprises qui exploitent les technologies numériques pour proposer des produits ou services innovants sur le marché. Selon Eric Ries, l'entrepreneuriat digital consiste à utiliser des technologies modernes telles que les médias sociaux, les plateformes de cloud computing et les outils d'analyse de données pour accélérer

[5] Dans "Entrepreneurship and Small Business", Howard Aldrich aborde différents aspects de l'entrepreneuriat. Les parties pertinentes incluent la partie 1 intitulée "Entrepreneurship and Small Business: Introduction and Overview" (pages 1-14 dans l'édition de 2003) et la partie 2 intitulée "The Entrepreneurial Process" (pages 53-94 dans l'édition de 2003).

6 Dans "The Entrepreneur in Focus: Achievements, Challenges, and Future Directions", Sara Carter discute de divers sujets liés à l'entrepreneuriat. Les parties pertinentes incluent la partie 1 intitulée "The Entrepreneurial Experience" (pages 1-19 dans l'édition de 1995) et la partie 2 intitulée "Challenges Facing Entrepreneurs" (pages 20-38 dans l'édition de 1995).

[7] Dans son article de 2001 intitulé "Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency", Saras Sarasvathy discute de la manière dont les entrepreneurs prennent des décisions. L'article est publié dans l'Academy of Management Review, volume 26, numéro 2, pages 243-263.

[8] Les travaux de Mark Casson sur l'entrepreneuriat incluent son livre de 1982 intitulé "The Entrepreneur: An Economic Theory". Il a également écrit un livre intitulé "Entrepreneurship and the Theory of the Firm" en 2005.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

la croissance des startups[9]. De même, Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne et Sangeet Paul Choudary décrivent l'entrepreneuriat numérique comme la création de plateformes en ligne qui connectent les utilisateurs et les fournisseurs, ouvrant ainsi de nouvelles opportunités commerciales[10].

L'histoire de l'entrepreneuriat digital remonte aux débuts de l'ère numérique. Avec l'avènement d'Internet et des technologies de l'information, de nouvelles possibilités ont émergé pour les entrepreneurs de créer et de développer des entreprises en exploitant les avantages offerts par le monde numérique. Au fur et à mesure de l'évolution technologique, l'entrepreneuriat digital a connu des étapes clés qui ont façonné son développement.

Les débuts de l'Internet dans les années 1980 et 1990 ont marqué une étape importante pour l'entrepreneuriat digital. Bien que l'Internet ait été créé dans les années 1960, ce n'est que dans les années 1980 que les premiers entrepreneurs ont commencé à saisir les opportunités commerciales offertes par cette nouvelle technologie. Les années 1990 ont vu l'émergence de plusieurs entreprises numériques emblématiques, telles qu'Amazon (1994), Yahoo! (1994), eBay (1995) et Google (1998), qui ont ouvert la voie à une nouvelle ère de l'entrepreneuriat.

Cependant, l'engouement pour l'Internet a atteint son paroxysme à la fin des années 1990, entraînant la formation d'une bulle spéculative connue sous le nom de bulle dot-com. Cette période, située autour de l'an 2000, a été marquée par la création d'un grand nombre d'entreprises numériques avec des modèles d'affaires fragiles. Malheureusement, la bulle a éclaté entre 2000 et 2002, entraînant la fermeture de nombreuses startups. Malgré cet effondrement, la bulle dot-com a laissé un héritage significatif en termes de développement technologique et d'infrastructures numériques qui ont posé les fondations de l'entrepreneuriat digital moderne.

Les années 2000 ont été marquées par l'émergence des réseaux sociaux tels que Facebook (2004), Twitter (2006) et LinkedIn (2003), ainsi que par l'importance croissante des applications mobiles avec le lancement de l'iPhone d'Apple en 2007. Ces développements ont ouvert de nouvelles possibilités pour les entrepreneurs en leur permettant d'atteindre un public plus large et d'interagir directement avec les utilisateurs.

Une autre tendance significative dans l'entrepreneuriat digital a été l'essor de l'économie de partage et de l'entrepreneuriat de plateforme. Des entreprises telles qu'Airbnb (2008) et Uber (2009) ont transformé les industries traditionnelles en proposant des plateformes en ligne qui mettent en relation les utilisateurs et les fournisseurs de services de manière plus efficace et économique. Ces modèles d'entreprises de plateforme ont ouvert de nouvelles voies pour l'innovation et ont permis aux entrepreneurs de répondre aux besoins changeants des consommateurs.

Au cours des dernières années, l'entrepreneuriat numérique s'est généralisé dans le monde entier. Des millions de startups sont créées chaque année, couvrant une large gamme de secteurs d'activité. L'innovation continue de jouer un rôle essentiel, avec l'émergence de technologies telles que l'intelligence

[9] "The Lean Startup" d'Eric Ries : ce livre décrit les principes fondamentaux de l'entrepreneuriat agile et de la création d'entreprises à l'ère numérique.

[10] "Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy--and How to Make Them Work for You" de Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne et Sangeet Paul Choudary : ce livre examine l'émergence des plateformes en ligne et leur impact sur les modèles d'affaires traditionnels.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

artificielle, la blockchain et l'Internet des objets (IoT), qui offrent de nouvelles possibilités pour les entrepreneurs de développer des produits et des services novateurs.

II.3. LES RESEAUX SOCIAUX ET L'ENTREPRENEURIAT :

II.3.1. Les réseaux sociaux et le pouvoir d'influence

Aujourd'hui, les réseaux sociaux ne sont plus seulement des outils de communication et de partage, mais ils sont également devenus des instruments d'influence grâce à leur rapidité et à leur facilité de diffusion de l'information et des opinions. Tout le monde a désormais accès à ces espaces de communication et peut y créer du contenu.

Les réseaux sociaux utilisent des algorithmes précis pour mettre en avant certains contenus plutôt que d'autres, en fonction de l'interaction des utilisateurs. Ces contenus peuvent influencer les comportements, les opinions et les choix des utilisateurs, notamment dans les domaines de la politique, de la consommation et de la culture.

Pour les entrepreneurs et les créateurs d'entreprises, les réseaux sociaux tels qu'Instagram, Facebook, TikTok, etc., sont devenus des outils de communication et de marketing indispensables. Ils représentent des plateformes puissantes pour promouvoir les produits et services d'une entreprise, établir des relations avec les clients potentiels et fidéliser les clients existants.

Ainsi, on constate que les réseaux sociaux ont un impact significatif sur les entrepreneurs en ce qui concerne la promotion et le développement de leur entreprise, la création de leur marque personnelle, la fidélisation des clients actuels et la conquête de nouveaux clients afin d'atteindre une audience plus large.

La flexibilité, les économies et la liberté sont parmi les avantages offerts par Internet en général, et les réseaux sociaux en particulier. Ils offrent de nombreuses opportunités à ceux qui souhaitent créer leur propre entreprise et vivre de leur passion. Avec de la volonté et les compétences adéquates, n'importe qui peut devenir un "entrepreneur digital".

Avec l'essor du numérique, l'entrepreneuriat numérique a vu le jour. Comme nous l'avons déjà défini, ce type d'entrepreneuriat consiste à développer une activité en ligne en utilisant des plateformes technologiques et d'autres outils de communication et d'information, dans le but de tirer parti des opportunités offertes par le numérique.

L'adoption des réseaux sociaux par la plupart des entreprises existantes sur le marché, dans le cadre de leur stratégie de marketing et de communication, s'inscrit dans la reconnaissance de l'importance de ces plateformes dans le paysage numérique. En adoptant une approche hybride, ces entreprises ont pu tirer parti des avantages offerts par les réseaux sociaux, tout en maintenant leur présence traditionnelle. Cependant, d'autres entrepreneurs ont vu dans les réseaux sociaux une opportunité de se lancer pour la première fois dans le monde de l'entrepreneuriat et des affaires. En exploitant les avantages de l'univers numérique, tels que la flexibilité des horaires de travail, l'accès à un large public et la possibilité de vivre de leur passion, ces "digital entrepreneurs" ont pu créer et développer leurs propres entreprises en utilisant les plateformes de réseaux sociaux comme des outils puissants de communication, de marketing et de promotion. Ainsi, la reconnaissance de l'importance des réseaux sociaux par les entreprises établies et l'essor de

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

l'entrepreneuriat numérique convergent vers une utilisation efficace et bénéfique de l'univers numérique pour atteindre leurs objectifs commerciaux et professionnels.

L'univers du numérique présente de nombreux avantages pour les utilisateurs en général, mais également pour les "digital entrepreneurs". Voici quelques-uns de ces avantages11 :

Plus de temps pour la vie personnelle : En travaillant dans le numérique, les entrepreneurs ont la possibilité de gérer leur emploi du temps de manière flexible. Ils peuvent organiser leur travail de manière à avoir plus de temps pour leurs activités personnelles et leur vie sociale.

Horaires de travail flexibles : Contrairement aux horaires de travail traditionnels, les entrepreneurs numériques peuvent choisir quand et combien de temps ils consacrent à leur entreprise. Cela leur permet de s'adapter à leurs préférences et à leurs besoins personnels.

Travailler de n'importe où : Grâce à la connectivité en ligne, les entrepreneurs numériques peuvent travailler de n'importe quel endroit disposant d'une connexion Internet. Que ce soit depuis leur domicile, un café, un espace de coworking ou même en voyage, ils ont la liberté de choisir leur lieu de travail.

Vivre de sa passion : L'entrepreneuriat numérique permet aux individus de créer une entreprise autour de leur passion. Ils peuvent développer un projet qui leur tient à cœur et trouver du plaisir dans leur travail quotidien.

Économiser sur les coûts : Lancer une entreprise en ligne nécessite généralement moins de ressources financières que la création d'une entreprise traditionnelle. Les coûts liés à la location d'un local commercial, aux stocks de produits physiques ou à l'emploi de personnel peuvent être réduits, ce qui permet aux entrepreneurs numériques de démarrer avec des investissements moindres.

Accéder à un large nombre de personnes : Grâce à Internet, les entrepreneurs numériques peuvent atteindre un public mondial. Les frontières géographiques ne sont plus un obstacle, ce qui leur offre des opportunités d'affaires plus vastes et une portée étendue pour promouvoir leurs produits ou services.

Faire évoluer son business facilement : Le monde numérique offre une grande flexibilité aux entrepreneurs pour faire évoluer leur entreprise. Ils peuvent tester de nouvelles idées, ajuster leurs offres, obtenir des commentaires et apporter des améliorations de manière rapide et efficace.

Profiter de formations en ligne : Internet regorge de ressources éducatives en ligne, telles que des cours, des tutoriels et des webinaires, qui permettent aux entrepreneurs numériques de continuer à se former et à se développer professionnellement. Ils peuvent acquérir de nouvelles compétences et rester à jour avec les dernières tendances de leur domaine d'activité.

Ces avantages font du monde numérique un terrain propice à l'entrepreneuriat, offrant aux "digital entrepreneurs" des opportunités uniques pour créer et développer leur entreprise tout en conciliant vie professionnelle et personnelle.

II.3.2. L'influence des instapreneurs sur la stimulation de l'esprit entrepreneurial chez l'individu :

L'activité d'influencer autrui n'est pas nouvelle et a été étudiée depuis longtemps

[11]https://www.skills-motion.com/avantages-entrepreuneuriat-digital

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

dans différents domaines. Cependant, les réseaux sociaux ont démocratisé cette activité en tant qu'outils de communication accessibles et populaires, créant ainsi un statut d'influenceur. Ce terme, désignant une personne ayant un grand pouvoir d'influence sur l'opinion publique et les décideurs grâce à sa position sociale, sa notoriété et son exposition médiatique, a été officiellement reconnu par Le Petit Larousse en 2021[12].

Aujourd'hui, grâce à la montée en puissance des réseaux sociaux, une jeune génération créative et "selfmade" communique quotidiennement avec des millions d'abonnés. Que ce soit dans les domaines de la mode, du sport, du voyage, de la cuisine, de l'humour, de l'art ou de la beauté, n'importe qui peut devenir influenceur.

Les influenceurs, tels que les créateurs de contenu, les entrepreneurs numériques, les marketeurs digitaux, les instagrameurs et les youtubeurs, jouent un rôle crucial pour les entreprises, que ce soit dans la création de contenu ou l'engagement envers la marque. Ils établissent un lien unique avec leurs followers, qui consultent régulièrement leurs publications pour suivre les tendances, découvrir de nouvelles marques ou simplement se divertir. Grâce à une simple publication, ces influenceurs peuvent créer un bouche-à-oreille numérique.

Avec leurs attraits personnels, leur expertise et leur fiabilité, ces influenceurs ont réussi à établir une relation de confiance solide avec leur communauté. Perçus comme crédibles et admirables, ils ont attiré des milliers d'utilisateurs et ont assuré une interaction quotidienne sur les réseaux sociaux, en particulier Instagram.

Instagram, qui est devenu un réseau social incontournable, offre un univers où l'imagination et la créativité doivent s'imposer. Avec plus d'un milliard d'utilisateurs actifs chaque mois, Instagram est désormais un véritable terrain de jeu pour les entrepreneurs. Le réseau social a même lancé des fonctionnalités dédiées aux entreprises, telles que les profils professionnels et les boutiques en ligne.

Les influenceurs sur Instagram, également appelés "instagrameurs", jouent un rôle clé dans la promotion des produits et services des entreprises. Grâce à leur capacité à produire du contenu attractif et à susciter l'intérêt de leur communauté, ils peuvent créer un buzz autour d'un produit ou d'une marque, ce qui améliore la visibilité en ligne d'une entreprise. Conscients de leur rôle, certains influenceurs ont même saisi l'opportunité de se lancer dans l'entrepreneuriat, donnant naissance aux "instapreneurs".

Ces instapreneurs ont développé des stratégies marketing efficaces pour promouvoir leurs produits ou services auprès de leur communauté, en utilisant leur notoriété sur les réseaux sociaux. Ils ont diversifié leur activité et accru leur visibilité en créant des produits et services basés sur leur activité sur Instagram, tels que des produits cosmétiques, des vêtements, des accessoires, des formations, etc.

En partageant leurs histoires et leurs succès dans l'univers entrepreneurial à travers des stories quotidiennes, les instapreneurs ont inspiré de nombreux utilisateurs d'Instagram à se lancer dans l'entrepreneuriat. Ils ont démontré que l'entrepreneuriat est accessible à tous, à condition d'avoir la volonté de sortir de sa zone de confort, de s'embarquer dans une nouvelle aventure et de suivre sa passion.

Les instapreneurs peuvent influencer leurs followers de plusieurs manières. Ils partagent leur expérience en racontant leur parcours entrepreneurial, les difficultés

[12]https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/influenceur/188535

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

rencontrées et les leçons apprises, inspirant ainsi les jeunes à se lancer dans l'entrepreneuriat. Ils mettent en avant les avantages de l'entrepreneuriat pour sensibiliser les jeunes, organisent des événements en ligne pour connecter les gens avec des opportunités d'affaires, proposent des formations ou des ressources pour aider les jeunes à acquérir les compétences nécessaires, et exposent également les défis de l'entrepreneuriat en partageant leurs propres expériences.

Les instapreneurs ont joué un rôle clé dans l'expansion de l'entrepreneuriat sur les réseaux sociaux en inspirant une nouvelle génération d'entrepreneurs. Cependant, créer une entreprise en tant qu'instapreneur comporte des risques et des défis. La concurrence sur les réseaux sociaux, en particulier Instagram, est de plus en plus forte, et la visibilité des publications peut être affectée par les algorithmes de la plateforme. De plus, les changements périodiques des politiques d'utilisation d'Instagram peuvent également impacter la stratégie de l'instapreneur. Il est donc essentiel d'investir du temps et de l'argent dans son projet, de faire preuve de persévérance et de faire face à l'échec, tout en maintenant une présence en ligne forte et cohérente, axée sur la qualité du contenu. Le succès en tant qu'instapreneur ne se mesure pas seulement en nombre de followers ou de likes, mais aussi en termes de valeur créée et d'impact sur la communauté.

II. L'ENQUETE :

III.1. Méthodologie :

Objectif de l'étude :

L'objectif de cette étude était d'explorer l'influence des instapreneurs sur l'incitation de l'esprit entrepreneurial chez les individus. Nous avons cherché à comprendre comment la présence et les activités des instapreneurs sur les réseaux sociaux, en particulier sur Instagram, peuvent influencer les attitudes, les comportements et les aspirations entrepreneuriales des utilisateurs.

Collecte des données :

Pour répondre à notre problématique de recherche, une enquête en ligne a été utilisée comme méthode de collecte de données. Un formulaire structuré a été créé en incluant des questions fermées et ouvertes. Les questions ont porté sur les habitudes d'utilisation des réseaux sociaux, la perception des instapreneurs, l'intérêt pour l'entrepreneuriat et l'expérience éventuelle dans ce domaine.

Sélection de l'échantillon :

L'échantillon de participants a été sélectionné de manière non probabiliste, en utilisant une approche de convenance. Les participants ont été recrutés via des annonces diffusées sur différents réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram et LinkedIn. Ils ont été invités à remplir le formulaire en ligne s'ils étaient âgés de 18 ans et plus et s'ils étaient intéressés à participer à l'étude.

Taille de l'échantillon :

Un total de 100 réponses ont été collectées. Il convient de noter que la taille de l'échantillon est limitée et que cela peut affecter la représentativité des résultats. Par conséquent, les résultats doivent être interprétés avec prudence et considérés comme une indication préliminaire plutôt que comme une conclusion définitive.

Analyse des données :

Les données collectées ont été analysées à l'aide de logiciels statistiques pour obtenir des statistiques descriptives telles que les fréquences, les pourcentages et les moyennes. Les réponses aux questions ouvertes ont été examinées et regroupées

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

en catégories thématiques afin d'obtenir des informations qualitatives supplémentaires.

Limitations :

Il est important de reconnaître certaines limitations de cette étude. Premièrement, l'échantillon utilisé n'est pas représentatif de la population dans son ensemble, ce qui limite la généralisabilité des résultats. Deuxièmement, la méthodologie de convenance utilisée peut introduire un biais de sélection. Enfin, la fiabilité des réponses dépend de la sincérité et de l'exactitude des participants lors de la saisie des informations.

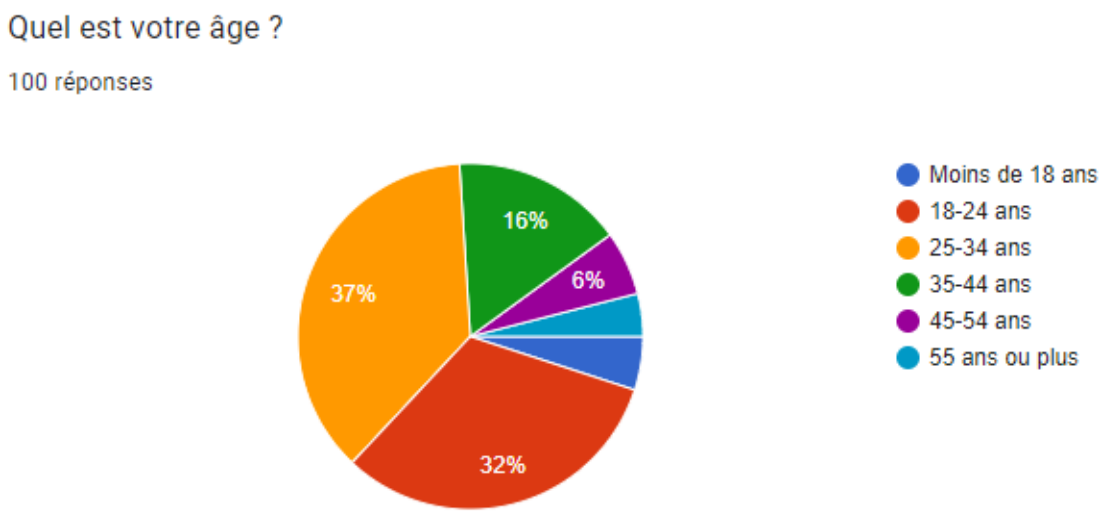
Implications et recommandations :

Les résultats de cette étude fourniront des indications préliminaires sur l'influence des instapreneurs sur l'incitation de l'esprit entrepreneurial. Cependant, des recherches supplémentaires avec des échantillons plus vastes et diversifiés sont nécessaires pour obtenir des résultats plus généralisables. De plus, l'utilisation de méthodes mixtes (quantitatives et qualitatives) pourrait fournir une compréhension plus approfondie des mécanismes d'influence à l'œuvre.

III.2. Présentation des résultats :

Les Informations générales

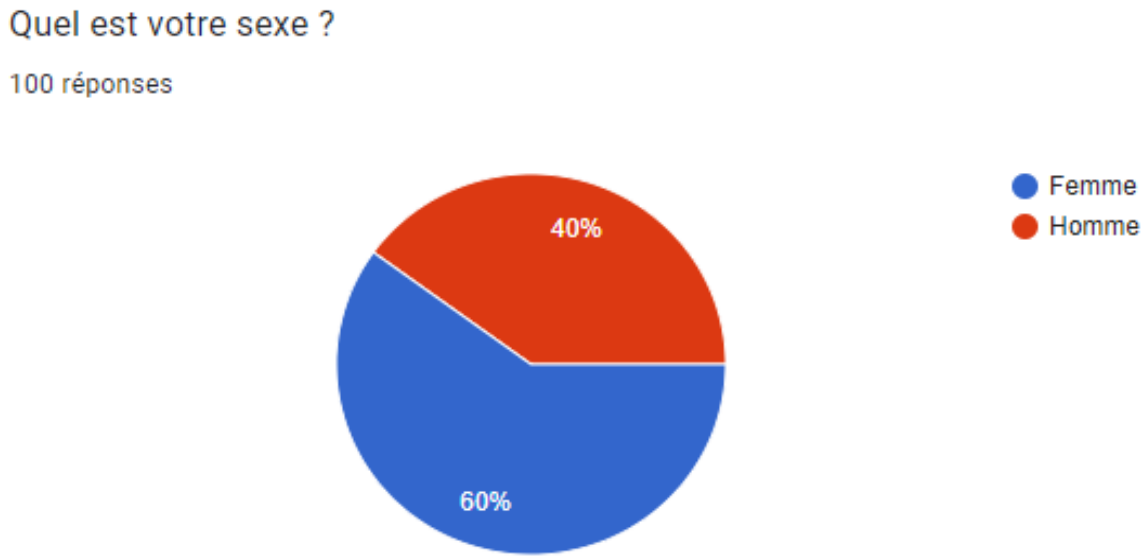
L'AGE



Selon les données démographiques recueillies, les tranches d'âge des répondants étaient réparties de la manière suivante : 37% des réponses provenaient de personnes âgées de 25 à 34 ans, 32% provenaient de personnes âgées de 18 à 24 ans, 16% étaient âgées de 35 à 44 ans, 6% étaient âgées de 45 à 54 ans, et les 9% restants comprenaient des personnes de moins de 18 ans et de 55 ans et plus.

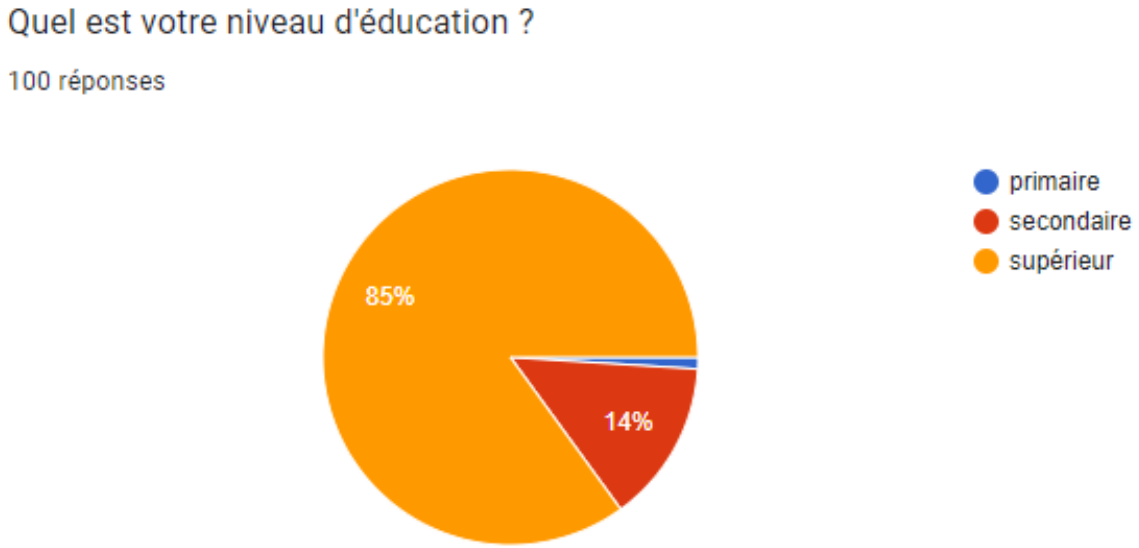
REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

LE GENRE



En ce qui concerne, 60% des répondants étaient des femmes, tandis que 40% étaient des hommes. Il convient de noter que le genre cette répartition peut influencer les résultats, car les perceptions, les comportements et les intérêts entrepreneuriaux peuvent varier selon le genre.

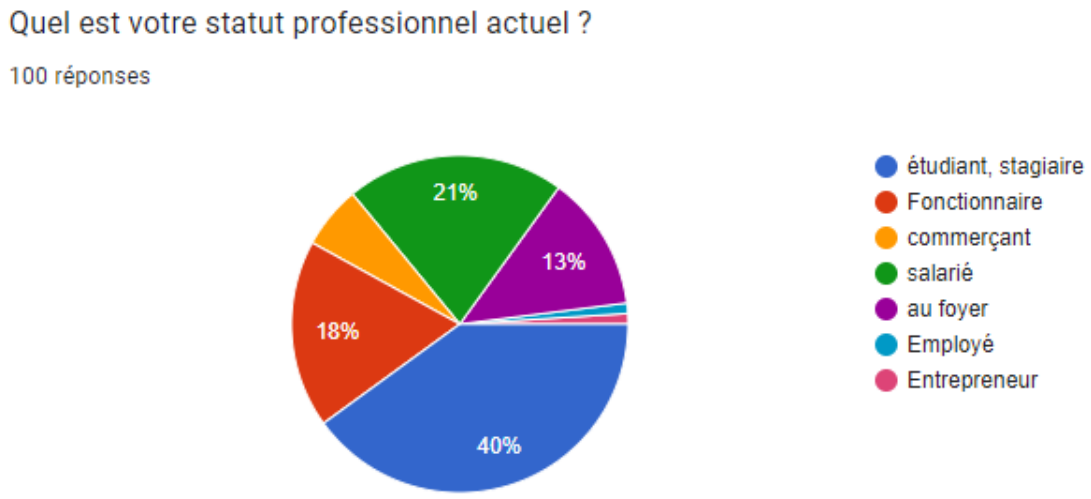
LE NIVEAU D'EDUCATION



REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

En ce qui concerne le niveau d'éducation, 85% des répondants avaient un niveau d'étude supérieur, tandis que 14% avaient un niveau secondaire. Cette répartition suggère que l'échantillon étudié était majoritairement composé de personnes ayant un niveau d'éducation plus élevé, ce qui peut également influencer les résultats en termes d'attitudes et de connaissances sur l'entrepreneuriat.

LA SITUATION PROFESSIONNELLE

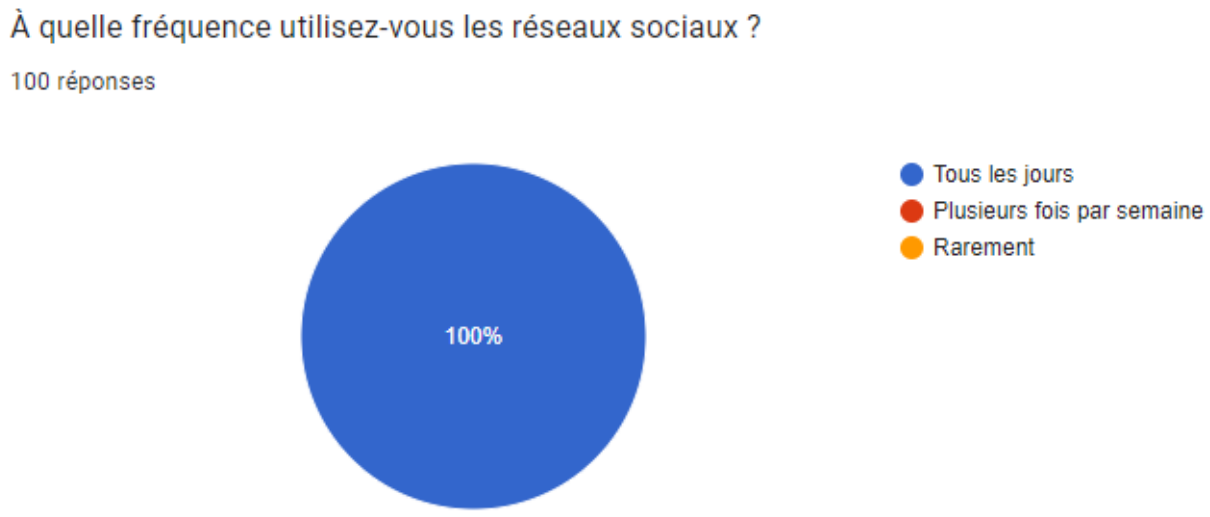


En ce qui concerne la situation professionnelle, l'échantillon regroupait 40% d'étudiants/stagiaires, 21% de salariés, 18% de fonctionnaires, 13% d'individus au foyer, et le reste exerçait une activité commerciale. Cette répartition reflète une diversité de situations professionnelles, ce qui peut fournir des perspectives intéressantes sur l'influence des instapreneurs sur différentes catégories de personnes.

Il est important de noter que ces données démographiques sont spécifiques à l'échantillon étudié et ne peuvent pas être généralisées à l'ensemble de la population. Cependant, elles fournissent des informations précieuses pour comprendre les caractéristiques des participants et interpréter les résultats de l'étude.

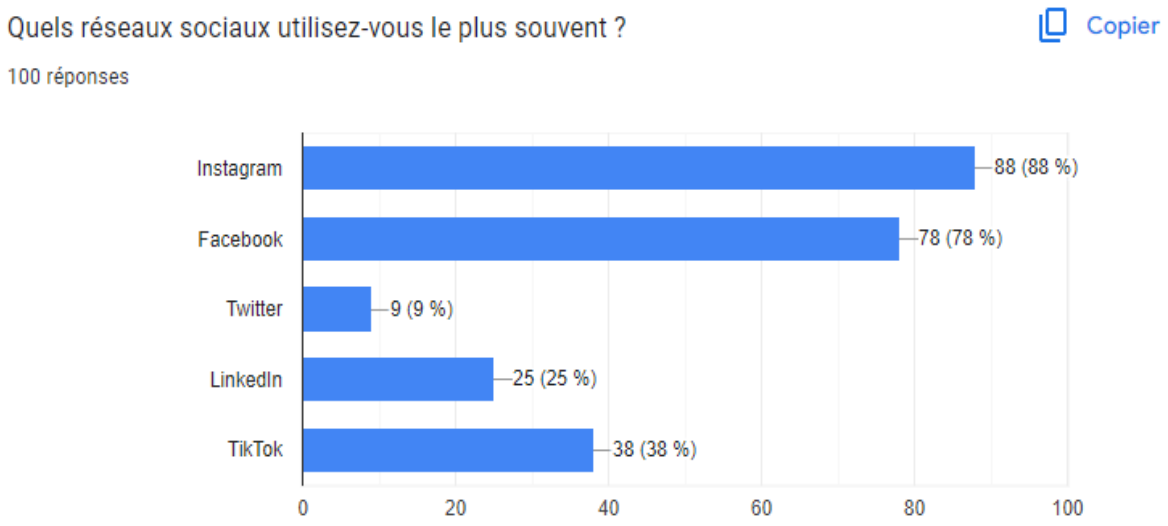
REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX



Selon les réponses des participants à la deuxième section du questionnaire, il a été constaté que 100% des individus confirment une utilisation quotidienne des réseaux sociaux. Cette donnée indique que l'échantillon étudié est actif et engagé sur les plateformes de médias sociaux.

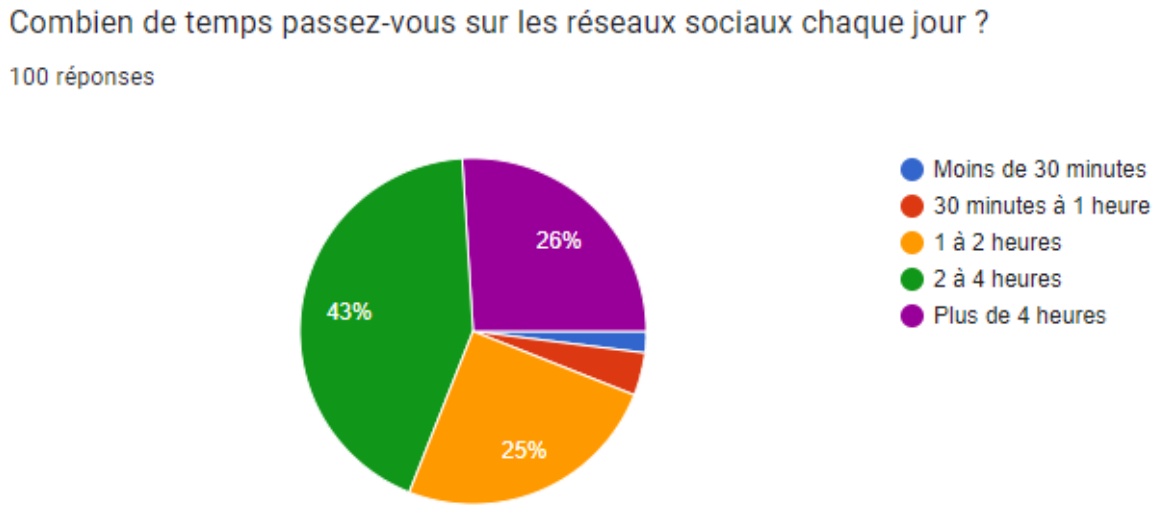
LES RESEAUX SOCIAUX LES PLUS UTILISER



Parmi les réseaux sociaux les plus utilisés, Instagram occupe la première position avec un pourcentage de 88% des répondants l'utilisant. En deuxième position se trouve Facebook, avec un pourcentage de 78% des participants déclarant l'utiliser. TikTok se classe en troisième position avec un pourcentage de 38% des individus concernés.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

LE TEMPS PASSE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

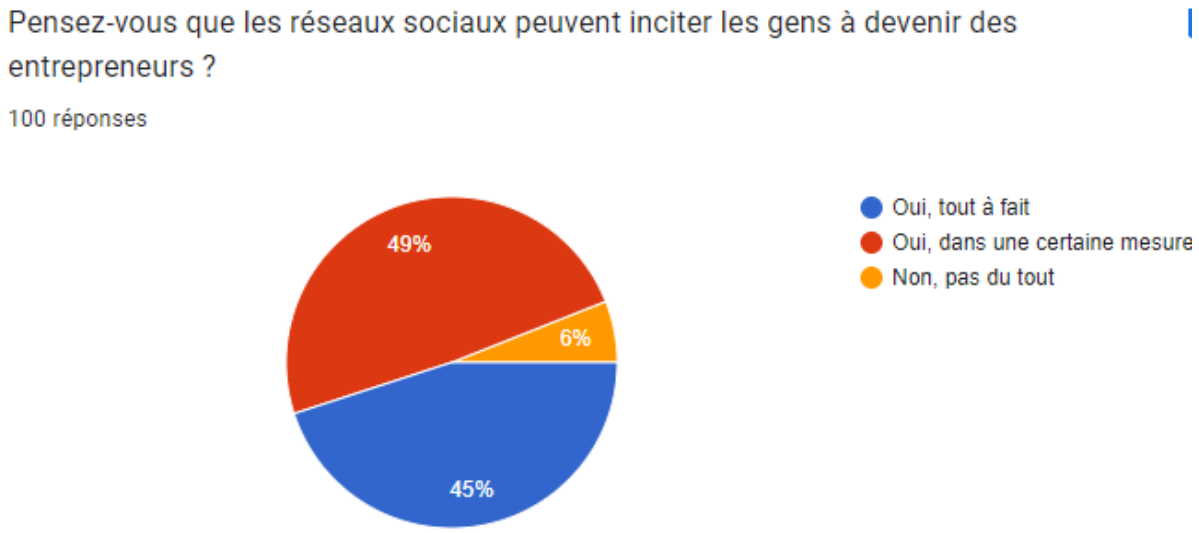


En ce qui concerne le temps passé sur les réseaux sociaux, 43% de la population étudiée y consacre entre 2 et 4 heures par jour. Ce groupe représente la plus grande partie de l'échantillon et indique une utilisation assez régulière et significative des plateformes sociales. De plus, 26% des participants passent plus de 4 heures par jour à surfer sur ces réseaux, ce qui suggère une utilisation plus intensive. Enfin, 6% des répondants déclarent passer moins d'une heure par jour sur ces plateformes, ce qui représente la plus petite proportion de l'échantillon.

Cette analyse des données met en évidence l'importance de la présence des individus de l'échantillon sur les réseaux sociaux, en particulier sur Instagram et Facebook. Elle souligne également le fait que la majorité des participants passent plusieurs heures par jour sur ces plateformes, ce qui renforce leur exposition aux contenus diffusés par les instapreneurs. Ces résultats suggèrent que les instapreneurs ont potentiellement une audience significative et une portée étendue pour influencer les individus en matière d'esprit entrepreneurial.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

L'INFLUENCE DES RESEAUX SOCIAUX ET DES INSTAPRENEURS SUR L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL



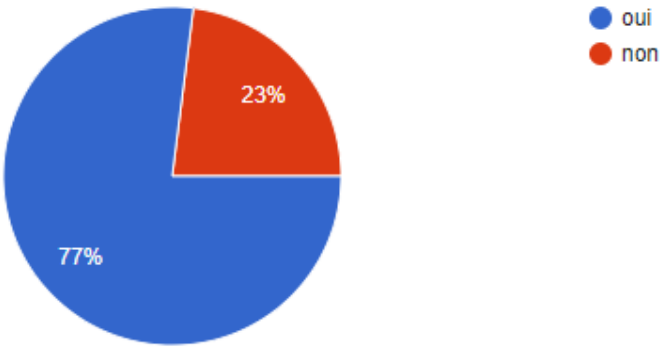
Lorsqu'on leur a demandé si les réseaux sociaux peuvent inciter les gens à devenir entrepreneurs, 45% des participants ont répondu "Oui, tout à fait", 49% ont répondu "Oui, dans une certaine mesure", et seulement 6% ont répondu "Non pas du tout". Cela indique que la majorité des personnes reconnaissent l'influence positive des réseaux sociaux sur l'incitation à devenir entrepreneur.

En ce qui concerne l'influence des réseaux sociaux sur l'esprit entrepreneurial, 39% des répondants estiment qu'elle est énorme, 47% estiment qu'elle est présente dans une certaine mesure, 10% pensent qu'elle est légère, et seulement 4% estiment qu'elle n'a aucune influence. Ces résultats confirment que les réseaux sociaux jouent un rôle significatif dans le développement de l'esprit entrepreneurial chez les individus.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

Avez-vous déjà été inspiré pour démarrer une entreprise en raison de ce que vous avez vu ou lu sur les réseaux sociaux ?

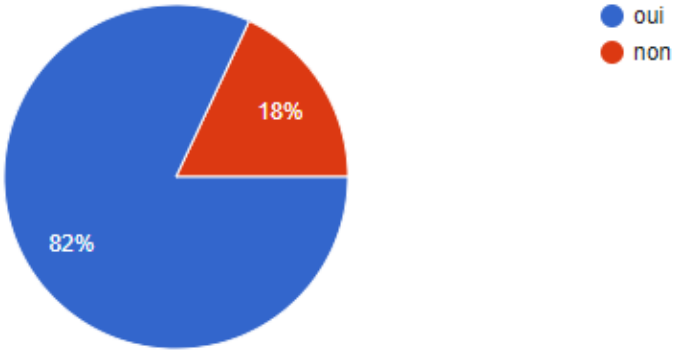
100 réponses



Lorsqu'on leur a demandé s'ils ont déjà été inspirés pour démarrer une entreprise en raison de ce qu'ils ont vu ou lu sur les réseaux sociaux, 23% ont répondu "Oui", tandis que 77% ont répondu "Non". Cela suggère que bien que les réseaux sociaux aient une influence sur certains individus, la majorité n'a pas été directement inspirée à entreprendre en raison de leur présence sur les réseaux sociaux.

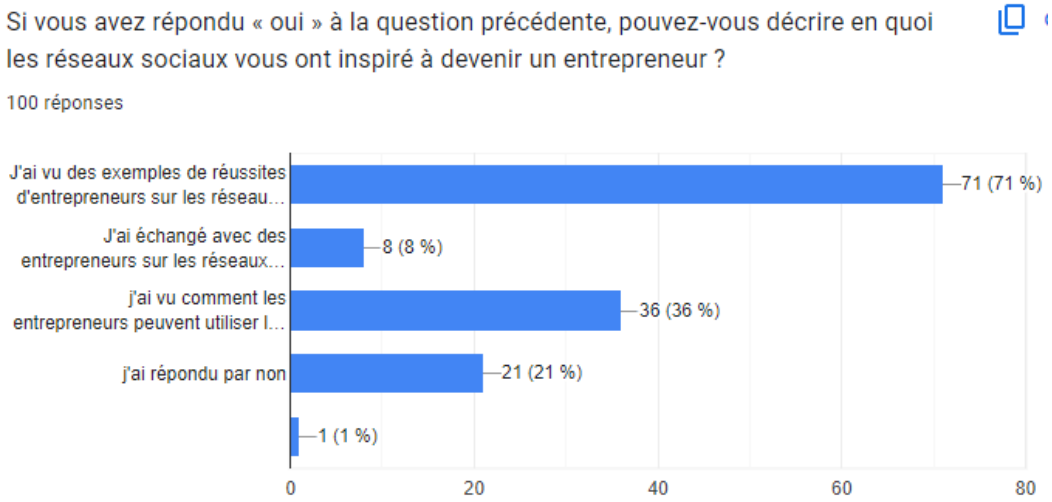
Pensez-vous que l'incitation à l'esprit entrepreneurial est plus forte sur les réseaux sociaux que dans la vie réelle ?

100 réponses



Concernant la perception de l'incitation à l'esprit entrepreneurial sur les réseaux sociaux par rapport à la vie réelle, 82% des participants pensent que cette incitation est plus forte sur les réseaux sociaux, tandis que 18% pensent le contraire. Cette donnée confirme l'importance accordée par la majorité des répondants à l'influence des réseaux sociaux dans le développement de l'esprit entrepreneurial.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023



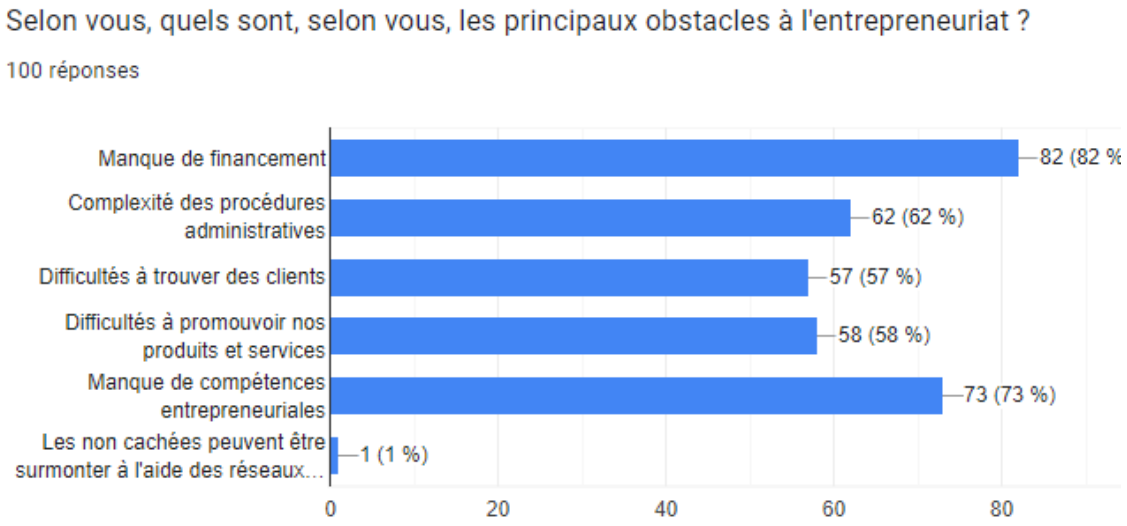
Enfin, lorsqu'on leur a demandé en quoi les réseaux sociaux les ont inspirés à devenir entrepreneurs, 71% des participants ont répondu à cette question. Parmi eux, 8% ont mentionné avoir vu des exemples de réussites des entrepreneurs sur les réseaux sociaux, 36% ont évoqué les échanges avec des entrepreneurs sur les réseaux sociaux, et 21% ont mentionné avoir observé comment les entrepreneurs utilisent les réseaux sociaux. Seulement 1% a répondu "non" à cette question, ce qui indique que la plupart des répondants ont trouvé une certaine forme d'inspiration entrepreneuriale grâce aux réseaux sociaux.

En conclusion, les résultats suggèrent que les réseaux sociaux ont un impact significatif sur l'incitation à l'esprit entrepreneurial chez les individus. La majorité des participants reconnaissent que les réseaux sociaux peuvent inciter les gens à devenir entrepreneurs et influencer leur mentalité entrepreneuriale. Les exemples de réussites, les échanges avec des entrepreneurs et l'observation des stratégies entrepreneuriales sur les réseaux sociaux sont des éléments qui ont inspiré certains participants à envisager l'entrepreneuriat.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

COMMENT LES RESEAUX SOCIAUX PEUVENT AIDER A SURMONTER LES OBSTACLES A L'ENTREPRENEURIAT

LES PRINCIPAUX OBSTACLES A L'ENTREPRENEURIAT



Selon les réponses des individus interrogés dans notre enquête, les principaux obstacles à l'entrepreneuriat sont les suivants :

Le manque de financement : 82% des participants ont identifié cette problématique comme étant l'obstacle majeur à la création d'entreprise. Le financement étant une étape cruciale pour concrétiser un projet entrepreneurial, il est compréhensible que le manque de ressources financières représente un défi important.

Le manque de compétences entrepreneuriales : 73% des individus reconnaissent le manque de compétences spécifiques nécessaires pour réussir en tant qu'entrepreneur. Cela souligne l'importance de la formation et du développement des compétences entrepreneuriales pour favoriser la réussite dans ce domaine.

La complexité des procédures administratives : 62% des répondants considèrent les procédures administratives complexes comme un frein à la création d'entreprise. Les démarches administratives peuvent être perçues comme lourdes et décourageantes, ce qui peut dissuader certains individus de se lancer dans l'entrepreneuriat.

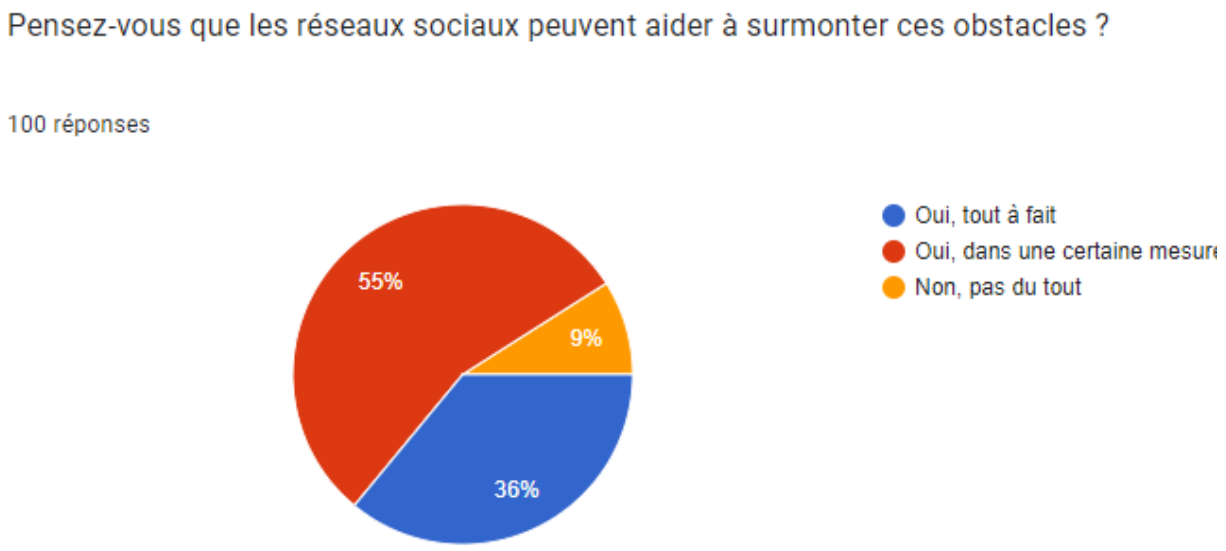
Les difficultés à promouvoir les produits et services : 58% des participants ont souligné les défis liés à la promotion et à la commercialisation des produits et services. Cela met en évidence l'importance de stratégies marketing efficaces pour atteindre et fidéliser la clientèle.

La difficulté à trouver des clients : 57% des individus ont identifié la recherche de clients comme un obstacle à l'entrepreneuriat. Trouver et fidéliser une clientèle est essentiel pour assurer la viabilité et la croissance d'une entreprise.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

 ISSN: 2820-6991

L'APPORT DES RESEAUX SOCIAUX POUR SURMONTER CES OBSTACLES



En ce qui concerne l'opinion sur l'apport des réseaux sociaux pour surmonter ces obstacles, les résultats sont les suivants :

55% des individus pensent que les réseaux sociaux peuvent aider dans une certaine mesure à surmonter ces obstacles. Les plateformes de médias sociaux offrent des opportunités de promotion, de mise en réseau et de communication avec les clients potentiels, ce qui peut faciliter certaines des difficultés mentionnées précédemment.

36% des répondants sont convaincus que les réseaux sociaux représentent la solution ultime pour dépasser ces obstacles. Ils considèrent que les réseaux sociaux offrent des avantages significatifs et peuvent jouer un rôle crucial dans la résolution des problèmes auxquels sont confrontés les entrepreneurs.

9% des participants ont réfuté ces affirmations, ce qui signifie qu'ils ne sont pas convaincus de l'impact positif des réseaux sociaux sur la surmonte des obstacles à l'entrepreneuriat.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

L'INCITATION DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL

Enfin, en ce qui concerne l'incitation de l'esprit entrepreneurial, 76% des répondants ont validé l'importance des réseaux sociaux dans ce domaine, soulignant leur bénéfice pour stimuler l'intérêt et la motivation entrepreneuriale. 16% ont exprimé une position neutre, tandis que 8% sont contre l'idée que les réseaux sociaux jouent un rôle bénéfique dans l'incitation de l'esprit entrepreneurial.

Ces résultats mettent en évidence l'importance des réseaux sociaux en tant qu'outil potentiel pour surmonter certains obstacles à l'entrepreneuriat, tout en soulignant la nécessité de développer des compétences entrepreneuriales et de trouver des solutions complémentaires pour soutenir les entrepreneurs dans leur parcours.

CONCLUSION

En conclusion, les résultats de cette étude mettent en évidence l'influence significative des réseaux sociaux sur l'entrepreneuriat et la perception des individus. Les participants reconnaissent que les réseaux sociaux jouent un rôle important dans l'incitation à l'esprit entrepreneurial et qu'ils peuvent servir de source d'inspiration, de conseils et de modèles pour les entrepreneurs en herbe.

Les réseaux sociaux offrent une plateforme accessible et omniprésente où les individus peuvent partager leurs idées, leurs expériences et leurs réussites entrepreneuriales. Les interactions avec d'autres entrepreneurs, la découverte d'exemples de réussites et l'observation des stratégies entrepreneuriales constituent des sources d'inspiration clés pour de nombreux individus.

Cependant, il est important de noter que bien que les réseaux sociaux puissent stimuler l'esprit entrepreneurial, seule une fraction des participants ont été directement incités à créer leur propre entreprise en raison de ce qu'ils ont vu ou lu sur ces plateformes. Cela suggère que l'influence des réseaux sociaux est un facteur parmi d'autres dans la décision de se lancer dans l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, il est intéressant de souligner que les participants estiment que l'incitation à l'esprit entrepreneurial est plus forte sur les réseaux sociaux que dans la vie réelle. Cela met en évidence le potentiel des réseaux sociaux à créer un

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

environnement inspirant et encourageant pour les entrepreneurs, en fournissant une visibilité accrue aux initiatives entrepreneuriales et en facilitant les échanges entre entrepreneurs.

Cependant, il convient de prendre en compte certaines limites de l'étude. Les résultats sont basés sur un échantillon spécifique, principalement composé de jeunes adultes, ce qui limite la généralisation des conclusions à d'autres groupes démographiques. De plus, l'étude se concentre principalement sur la perception subjective des participants et ne fournit pas de données objectives sur l'impact réel des réseaux sociaux sur la création et la réussite des entreprises.

En somme, les réseaux sociaux jouent un rôle important dans l'entrepreneuriat contemporain en stimulant l'esprit entrepreneurial, en fournissant des sources d'inspiration et en facilitant les échanges entre entrepreneurs. Toutefois, il est essentiel de compléter cette influence par d'autres facteurs tels que l'éducation entrepreneuriale, les compétences et le financement pour assurer le succès des entrepreneurs dans le monde réel.

LES RECOMMANDATIONS

Sur la base des résultats de cette étude, voici quelques recommandations pour les individus intéressés par l'entrepreneuriat et l'utilisation des réseaux sociaux :

Développer des compétences entrepreneuriales : Compte tenu du fait que de nombreux participants ont identifié le manque de compétences spécifiques comme un obstacle à l'entrepreneuriat, il est important de se concentrer sur l'acquisition de connaissances et de compétences nécessaires pour réussir en tant qu'entrepreneur. Recherchez des programmes de formation, des cours en ligne, des ateliers et des mentors qui peuvent vous aider à développer des compétences telles que la gestion d'entreprise, le marketing, la finance et la planification stratégique.

Utiliser les réseaux sociaux comme source d'inspiration et de connaissances : Les réseaux sociaux offrent une abondance de contenus liés à l'entrepreneuriat. Suivez des entrepreneurs influents, des experts du domaine et des communautés d'entrepreneurs pour rester informé des tendances, des meilleures pratiques et des conseils. Utilisez les réseaux sociaux comme une source d'inspiration pour générer des idées, apprendre des expériences des autres et élargir votre réseau professionnel.

Construire une présence professionnelle sur les réseaux sociaux : Si vous envisagez de vous lancer dans l'entrepreneuriat, il est essentiel de créer une présence solide et professionnelle sur les réseaux sociaux. Créez des profils attrayants et cohérents sur les plateformes pertinentes pour votre secteur d'activité. Partagez régulièrement des contenus pertinents, engagez-vous avec votre audience et utilisez les fonctionnalités offertes par les réseaux sociaux pour promouvoir votre marque et vos produits/services.

Utiliser les réseaux sociaux pour la recherche de financement et de clients : Les réseaux sociaux peuvent être des outils précieux pour la recherche de financement et la prospection de clients. Explorez les possibilités de crowdfunding en ligne, utilisez les annonces publicitaires ciblées pour atteindre votre public cible et établir des connexions avec des investisseurs potentiels. Les réseaux sociaux offrent également des opportunités de mise en réseau et de collaboration avec d'autres entrepreneurs, ce qui peut faciliter la recherche de partenaires commerciaux et de clients.

Équilibrer l'utilisation des réseaux sociaux : Bien que les réseaux sociaux puissent être

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

utiles pour l'entrepreneuriat, il est essentiel de trouver un équilibre entre l'utilisation des réseaux sociaux et d'autres aspects de votre vie professionnelle et personnelle. Fixez des limites de temps pour éviter de vous laisser distraire et de perdre de vue vos objectifs. Utilisez les réseaux sociaux de manière stratégique et concentrez-vous sur les activités qui apportent une réelle valeur à votre entreprise.

Chercher des opportunités de formation et de mentorat en ligne : En plus des réseaux sociaux, explorez les possibilités de formation et de mentorat en ligne. De nombreux programmes et plateformes proposent des cours, des webinaires et des programmes de mentorat en ligne pour les entrepreneurs. Ces ressources peuvent vous aider à développer vos compétences, à obtenir des conseils d'experts et à établir des relations professionnelles précieuses.

En mettant en pratique ces recommandations, vous pourrez tirer parti des avantages des réseaux sociaux tout en renforçant vos compétences et votre présence en tant qu'entrepreneur. N'oubliez pas que les réseaux sociaux sont un outil parmi d'autres, et que le succès entrepreneurial dépend également de facteurs tels que la détermination, la persévérance, la gestion efficace des ressources et l'adaptabilité aux changements.

REFERENCES:

Aldrich, H. A. (2003). *Entrepreneurship and small business : Entrepreneurship and small business : Introduction and overview pages 1-14*.

Aldrich, H. A. (2003). *Entrepreneurship and small business : The entrepreneurial process pages 53-94*.

Arc, J. A. (2022, 20 juin). *8 avantages de l'entrepreneuriat digital et comment en profiter*. Skills motion. Consulté le 1 mai 2023, à l'adresse https://www.skills-motion.com/avantages-entrepreuneuriat-digital

Baumol, W. B. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *Journal of Political Economy*, *76*, 328-348.

Cantillon, R. C. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général : La partie intitulée « des propriétaires », page 73*.

Carter, S. C. (1995). *The entrepreneur in focus : Achievements, challenges, and future directions : The entrepreneurial experience pages 1-19*.

Carter, S. C. (1995). *The entrepreneur in focus : Achievements, challenges, and future directions : Challenges facing entrepreneurs pages 20-38*.

Casson, M. (2003). *The Entrepreneur : An Economic Theory*. Edward Elgar Publishing.

Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization*, *58*(2), 327-348. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2004.05.007

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

McClelland, D. M. (1961). *The achieving society : The entrepreneurial personality pages 56-71*.

Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution : How Networked Markets are Trasnforming the Economy - and How to Make Them Work For You*. National Geographic Books.

Ries, E. R. (2012). The lean startup. Internet Archive : Digital Library of Free & Borrowable Books. Consulté le 1 mai 2023, à l'adresse https://ia801206.us.archive.org/31/items/TheLeanStartupErickRies/The%20Lean%20Startup%20-%20Erick%20Ries.pdf

Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation : Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, *26*(2), 243-263. https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020

Schumpeter, J. S. (1942). *Capitalisme, socialisme et démocratie : Destruction créatrice*.

Schumpeter, J. S. (1983). *La théorie de l'évolution économique : Section 2 « l'entrepreneur et la fonction entrepreneuriale », pages 66-81*.

REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023