

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA**  
**RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

**ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE**

**TITRE :**

**L'INFLUENCE DES FACTEURS  
PSYCHOSOCIOLOGIQUES SUR L'INTENTION  
ENTREPRENEURIALE DES DIRIGEANTS DES TPE  
PHARMACEUTIQUES ALGERIENNES**

**MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN VUE DE L'OBTENTION D'UN MAGISTER**  
**EN SCIENCES DE GESTION**

**Présenté et soutenu publiquement par :**

**KERMICHE HAMZA RABAH : (Spécialité Management)**

**Co-encadré par :**

**Monsieur DADDI ADDOUN Nacer**

**Professeur à l'Ecole Supérieure de Commerce d'Alger, Algérie**

**Monsieur TOUNÉS Azzedine**

**Maitre de conférences à l'Ecole Supérieure de Commerce Chambéry Savoie,  
France**



**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA**  
**RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

**ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE**

**TITRE :**

**L'INFLUENCE DES FACTEURS**  
**PSYCHOSOCIOLOGIQUES SUR L'INTENTION**  
**ENTREPRENEURIALE DES DIRIGEANTS DES TPE**  
**PHARMACEUTIQUES ALGERIENNES**

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN VUE DE L'OBTENTION D'UN MAGISTER  
EN SCIENCES DE GESTION

**Présenté et soutenu publiquement par :**

KERMICHE HAMZA RABAH : (Spécialité Management)

**Co-encadré par :**

Monsieur DADI ADDOUN Nacer

Professeur à l'Ecole Supérieure de Commerce d'Alger, Algérie

Monsieur TOUNÉS Azzedine

Maitre de conférences à l'Ecole Supérieure de Commerce Chambéry Savoie,  
France

## **Remerciements**

*Je remercie, en premier lieu, Dieu qui m'a offert la vie, et seul capable de m'offrir la joie, le bonheur, la prospérité et la santé.*

*Je tiens, ensuite, à exprimer ma reconnaissance à Mr Dadi Addoune Nacer et Mr Tounés Azzedine, mes deux encadreurs, pour leurs précieux conseils et orientations apportés pendant l'élaboration de ce travail, à Mr Graedel et à Mr Torqi, consultants du bureau Eagle Management Consulting Algérie qui ont bien voulu accepter de me fournir les informations et l'aide nécessaire tout au long de l'accomplissement de ce travail ainsi qu'à tous les pharmaciens d'officines qui ont participé au sondage*

*Enfin, Mes remerciements les plus sincères à toutes les personnes qui auront contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire*

## Dédicaces

*Je dédie ce travail à mes chers parents et mes chères sœurs pour leur amour... Pour tous leurs sacrifices... et Pour tout l'enseignement qu'ils m'ont transmis en témoignage de mon éternelle reconnaissance,*

*Je désire aussi adresser un petit mot à l'égard de tous mes amis pour leur présence... Pour leur soutien... et pour leurs encouragements durant les moments difficiles*

## SOMMAIRE

Table des tableaux.....	A
Table des figures.....	B
<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>

### **Chapitre 1 - Cadre épistémologique de la corporate entrepreneurship et positionnement de la recherche**

Introduction du chapitre.....	8
-------------------------------	---

#### **Section 1 - Le corporate entrepreneurship comme moteur de croissance et de performance..10**

1.1. Définition du corporate entrepreneurship.....	10
1.2. Concepts proches du phénomène étudié.....	11
1.3. Corporate entrepreneurship et entrepreneuriat.....	12
1.4. Caractéristiques du corporate entrepreneurship.....	13
1.4.1. Innovation.....	14
1.4.2. Prise de risque.....	14
1.4.3. Proactivité.....	15
1.4.4. Agressivité concurrentielle.....	15
1.4.5. Autonomie.....	15
1.5. Formes de corporate entrepreneurship.....	15
1.5.1. Corporate Venturing.....	16
1.5.1.1. Internal Corporate Venturing (ICV).....	16
1.5.1.2. External Corporate Venturing.....	16
1.5.2. Organizational renewal (renouvellement organisationnel).....	16
1.5.2.1. Sustained regeneration (Régénération soutenable).....	17
1.5.2.2. Organizational rejuvenation (Rajeunissement organisationnel).....	17
1.5.2.3. Strategic renewal (Renouvellement stratégique).....	17
1.5.2.4. Domain redefinition (Redéfinition de domaine d'activité).....	18
1.6. Modèles d'antécédents de corporate entrepreneurship.....	19
1.6.1. Modèle de CE proposé par Guth et Ginsberg (1990).....	19
1.6.2. Modèle de CE proposé par Antoncic et Histrish (2001).....	20
1.6.3. Modèle de CE proposé par Chen, Zhu et Anquan (2005).....	21

#### **Section 2 - Le corporate entrepreneurship au niveau des petites et très petites entreprises.....23**

2.1. Importance de la pratique entrepreneuriale pour la petite et très petite entreprise.....	23
2.2. Adoption du corporate entrepreneurship au sein de la petite et très petite entreprise...24	
2.3. Processus d'émergence de la pratique entrepreneuriale au niveau de la petite et très petite entreprise: logique de décision et logique d'action.....	25

2.4. Etude du phénomène de corporate entrepreneurship en amont au niveau des très petites entreprises .....	28
2.5. Utilisation de la psychologie sociale.....	29
Conclusion du chapitre.....	30
<b>Chapitre 2 – Conception d’un modèle de l’intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE</b>	
Introduction du chapitre.....	31
<b>Section 1 : L’intention entrepreneuriale comme prédicteur du comportement .....</b>	<b>33</b>
1.1. Définition de l’Intention Entrepreneuriale.....	34
1.1.1. L’intention entrepreneuriale comme désir de création d’une nouvelle entreprise.....	34
1.1.2. L’intention entrepreneuriale comme un désir de développement l’entreprise...35	
1.1.3. L’intention entrepreneuriale dans le cadre de notre recherche.....	36
1.2. Le passage de l’intention à l’action.....	37
<b>Section 2 : Cadre théorique de référence.....</b>	<b>39</b>
2.1. Présentation de la théorie du comportement planifié.....	39
2.1.1. La prédiction du comportement humain.....	39
2.1.2. L’explication des antécédents de l’intention.....	40
2.1.2.1. Attitudes associées au comportement.....	40
2.1.2.2. Normes subjectives.....	40
2.1.2.3. Perceptions du contrôle comportemental.....	40
2.2. Solidité et Robustesse de la théorie du comportement planifié.....	42
2.3. Utilisation de la TCP en entrepreneuriat .....	43
<b>Section 3 : Proposition d’un modèle d’intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes .....</b>	<b>46</b>
3.1. Intention entrepreneuriale des patrons d’officines algériennes.....	46
3.2. Attitudes associées au comportement entrepreneurial.....	48
3.2.1. Perceptions de l’efficacité du rajeunissement organisationnel.....	49
3.2.2. Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel.....	50
3.3. Normes subjectives .....	50
3.3.1. Motivations.....	51
3.3.1.1. Motivations intrinsèques.....	52
3.3.1.2. Motivations extrinsèques.....	53
3.3.2. Perceptions de l’approbation des experts en gestion.....	55
3.4. Perceptions de contrôle du comportement entrepreneurial.....	55
3.4.1. Perceptions des aptitudes à la conduite du changement.....	56
3.4.2. Perceptions de l’accessibilité des ressources.....	57
Conclusion du chapitre.....	59

### **Chapitre 3 : Méthodologie empirique employée**

Introduction du chapitre.....	60
<b>Section 1 : Contexte socioéconomique de la population étudiée.....</b>	<b>61</b>
1.1. Consommation du médicament.....	62
1.2. Offre du médicament.....	63
1.2.1. Importation.....	63
1.2.2. Production Locale.....	64
1.2.3. Distribution de gros du médicament.....	64
1.3. Présentation de la population étudiée .....	65
1.3.1. Couverture du territoire national.....	66
1.3.2. Dimension organisationnelle de l'officine pharmaceutique.....	67
1.3.3. Obstacles au développement des officines pharmaceutiques algériennes.....	68
1.3.3.1. Problèmes externes liés à l'environnement de l'officine Pharmaceutique.....	68
1.3.3.2. Problèmes internes liés à la gestion de l'officine.....	68
1.3.4. Importance du rajeunissement organisationnel comme une solution aux problèmes de gestion des officines.....	69
<b>Section 2 : Construction et administration du questionnaire de la recherche.....</b>	<b>71</b>
2.1. Spécification du domaine du construit.....	72
2.2. Génération d'un échantillon d'items.....	73
2.3. Purification de l'instrument de mesure.....	73
2.4. Elaboration de la version finale du questionnaire.....	74
2.4.1. Présentation de l'objet de l'enquête.....	74
2.4.2. Intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens.....	75
2.4.3. Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel.....	77
2.4.4. Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel.....	78
2.4.5. Désir du savoir.....	78
2.4.6. Quête de nouveauté.....	79
2.4.7. Motivation de développement.....	79
2.4.8. Quête de l'efficacité organisationnelle.....	80
2.4.9. Besoin de consolidation de la position concurrentielle.....	80
2.4.10. Perceptions de l'approbation des experts en gestion.....	81
2.4.11. Perceptions des aptitudes à la conduite du changement.....	82
2.4.12. Perceptions de l'accessibilité aux ressources.....	84
2.5. Présentation de l'échantillon étudié et de la méthode d'échantillonnage.....	85
Conclusion du chapitre.....	87
<b>Chapitre 4 : Validation d'un modèle d'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques</b>	
Introduction du chapitre.....	88



<b>Section 1 : Analyse des données sociodémographiques et de l'homogénéité des échelles.....</b>	<b>89</b>
1.1. Description de la population étudiée.....	89
1.1.1. Répartition par sexe.....	89
1.1.2. Répartition par âge.....	89
1.1.3. Répartition par région.....	90
1.1.4. Répartition en fonction de la situation familiale.....	91
1.1.5. Répartition en fonction de la date de création ou de reprise de l'officine Pharmaceutiques.....	91
1.1.6. Répartition en fonction des pratiques organisationnelles mises déjà en place ou envisageables à l'avenir	
1.2. Analyse de l'homogénéité des échelles.....	93
1.2.1. Présentation de l'analyse en composantes principales (ACP).....	93
1.2.2. Présentation du coefficient Alpha de Cronbach.....	93
1.2.2. Examen de l'homogénéité des échelles utilisées.....	94
1.2.2.1. La variable « intention entrepreneuriale » .....	94
1.2.2.2. La variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel ».....	95
1.2.2.3. La variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel ».....	97
1.2.2.4. La variable « Désir du savoir ».....	98
1.2.2.5. La variable « Quête de nouveauté ».....	100
1.2.2.6. La variable « Motivation de développement ».....	101
1.2.2.7. La variable « Quête de l'efficacité organisationnelle».....	102
1.2.2.8. La variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle ».....	104
1.2.2.9. La variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion ».....	105
1.2.2.10. La variable « Perceptions des aptitudes à planification du changement ».....	107
1.2.2.11. La variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement ».....	109
1.2.2.12. La variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement ».....	110
1.2.2.13. La variable « Perceptions de la disponibilité du temps » .....	111
1.2.2.14. La variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil ».....	112
1.2.2.15. La variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés ».....	114
1.3. Condensation des échelles de mesure.....	115
<b>Section 2 : Examen de validation des hypothèses de la recherche.....</b>	<b>116</b>
2.1. Présentation du Protocole employé pour la validation des hypothèses de la	

recherche.....	116
2.1.1. Analyse bivariée des relations entre la variable dépendante et les variables indépendantes.....	116
2.1.2. Analyse multivariée des relations entre la variable dépendante et les variables Indépendantes.....	118
2.2. Mise en œuvre du protocole de validation des hypothèses de la recherche.....	120
2.2.1. Analyse bivariée du phénomène d'intention entrepreneuriale.....	120
2.2.1.1. Influence de la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel».....	120
2.2.1.2. Influence de la variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel ».....	122
2.2.1.3. Influence de la variable « Désire du savoir ».....	123
2.2.1.4. Influence de la variable « Quête de nouveauté ».....	125
2.2.1.5. Influence de la variable « motivation de développement ».....	126
2.2.1.6. Influence de la variable « Quête d'efficacité organisationnelle».....	127
2.2.1.7. Influence de la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle».....	129
2.2.1.8. Influence de la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion ».....	130
2.2.1.9. Influence de la variable « Perceptions des aptitudes à la planification du changement».....	132
2.2.1.10. Influence de la variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement».....	134
2.2.1.11. Influence de la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement».....	136
2.2.1.12. Influence de la variable « Perceptions de la disponibilité du temps».....	138
2.2.1.13. Influence de la variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil».....	139
2.2.1.14. Influence de la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés».....	140
2.2.2. Analyse multivariée du phénomène d'intention entrepreneuriale.....	142
Conclusion de chapitre.....	148
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>149</b>
Bibliographie .....	152
Annexes.....	163
Résumé.....	170

## Table des tableaux

<b>Tableau 1</b> : Résultats des études empiriques concernant la théorie de l'action raisonnée et la Théorie du comportement planifié.....	42
<b>Tableau 2</b> : Evolution de la consommation annuelle moyenne des produits pharmaceutiques (en valeur) par habitant algérien durant la période (1990 - 2008).....	62
<b>Tableau 3</b> : Evolution de la consommation annuelle moyenne des produits pharmaceutiques (en quantité) par habitant algérien, durant les années 1982, 1999 et 2008.....	63
<b>Tableau 4</b> : Evolution des importations algériennes de produits pharmaceutiques entre 2006 et 2010.....	64
<b>Tableau 5</b> : Répartition des distributeurs de gros sur les wilayas d'Alger, Constantine, Oran et Sétif.....	65
<b>Tableau 6</b> : Evolution du nombre d'officines en Algérie entre 2002 et 2012.....	66
<b>Tableau 7</b> : Répartition de l'échantillon étudié par sexe.....	89
<b>Tableau 8</b> : Répartition de l'échantillon étudié par âge.....	89
<b>Tableau 9</b> : Répartition de l'échantillon étudié par région.....	90
<b>Tableau 10</b> : Répartition de l'échantillon étudié en fonction de la situation familiale.....	91
<b>Tableau 11</b> : Répartition de l'échantillon étudié en fonction de la date de création ou de reprise de l'officine pharmaceutique.....	91
<b>Tableau 12</b> : Répartition de l'échantillon en fonction des pratiques organisationnelles mises déjà en place ou envisageables à l'avenir.....	92
<b>Tableau 13</b> : Analyse en composantes principales de la variable « intention entrepreneuriale ».....	94
<b>Tableau 14</b> : Alpha de Cronbach de la variable « intention entrepreneuriale ».....	95
<b>Tableau 15</b> : Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel ».....	96
<b>Tableau 16</b> : Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel ».....	96
<b>Tableau 17</b> : Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel ».....	97
<b>Tableau 18</b> : Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel ».....	98
<b>Tableau 19</b> : Analyse en composantes principales de la variable « Désir du savoir ».....	98
<b>Tableau 20</b> : Alpha de Cronbach de la variable « Désir du savoir ».....	99
<b>Tableau 21</b> : Analyse en composantes principales de la variable « Quête de nouveauté»....	100
<b>Tableau 21</b> : Alpha de Cronbach de la variable « Quête de nouveauté» .....	101
<b>Tableau 22</b> : Analyse en composantes principales de la variable « Motivation de développement».....	101
<b>Tableau 23</b> : Alpha de Cronbach de la variable « Motivation de développement ».....	102

<b>Tableau 24:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Quête de l'efficacité organisationnelle».....	103
<b>Tableau 25:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Quête de l'efficacité organisationnelle »..	103
<b>Tableau 26:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle ».....	104
<b>Tableau 27 :</b> Alpha de Cronbach de la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle ».....	105
<b>Tableau 28:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion ».....	106
<b>Tableau 29:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion ».....	107
<b>Tableau 30:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions des aptitudes à la conduite du changement ».....	107
<b>Tableau 31:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions des aptitudes à la planification du changement ».....	108
<b>Tableau 32:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement».....	109
<b>Tableau 33:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement ».....	110
<b>Tableau 34:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement».....	110
<b>Tableau 35:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement ».....	111
<b>Tableau 36:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de la disponibilité du temps».....	111
<b>Tableau 37:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de la disponibilité du temps ».....	112
<b>Tableau 38:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil ».....	113
<b>Tableau 39 :</b> Alpha de Cronbach de la variable «Perceptions de l'accessibilité aux services de formation et de conseil en gestion ».....	113
<b>Tableau 40:</b> Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés».....	114
<b>Tableau 41:</b> Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés ».....	115
<b>Tableau 42:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel».....	120
<b>Tableau 43:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel ».....	122

<b>Tableau 44:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Désir du savoir ».....	123
<b>Tableau 45:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Quête de nouveauté ».....	125
<b>Tableau 46:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «motivation de développement».....	127
<b>Tableau 47:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «quête d'efficacité organisationnelle».....	128
<b>Tableau 48 :</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Besoin de consolidation de la position concurrentielle».....	130
<b>Tableau 49:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de l'approbation des experts en gestion ».....	131
<b>Tableau 50:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions des aptitudes à la planification du changement».....	133
<b>Tableau 51 :</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement».....	135
<b>Tableau 52:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement».....	137
<b>Tableau 53 :</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de la disponibilité du temps».....	139
<b>Tableau 54:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil».....	140
<b>Tableau 55:</b> Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés».....	141
<b>Tableau 56:</b> Régression multiple de l'intention entrepreneuriale à travers la méthode « pas à pas ».....	144

## TABLE DES FIGURES

<b>Figure 1</b> : Modèle de CE proposé par Guth et Ginsberg (1990).....	20
<b>Figure 2</b> : Modèle de CE proposé par Antoncic et Histrish (2001).....	21
<b>Figure 3</b> : Modèle de CE proposé par Chen, Zhu et Anquan (2005).....	22
<b>Figure 4</b> : Processus d'émergence du corporate entrepreneurship proposé par Hornsby, Naffziger, Kuratko et Montagno (1993).....	25
<b>Figure (5)</b> : Les différentes phases du processus entrepreneurial.....	27
<b>Figure 6</b> : Processus de corporate entrepreneurship au sein des petites et des très petites entreprises.....	27
<b>Figure 7</b> : Théorie du comportement planifié.....	41
<b>Figure 8</b> : Modèle explicatif théorique de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.....	58
<b>Figure 9</b> : Procédure de développement des échelles de mesure.....	72
<b>Figure 10</b> : Test de Durbin-Watson .....	118
<b>Figure 11</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*EP) .....	121
<b>Figure 12</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*EP).....	121
<b>Figure 13</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*DS) .....	124
<b>Figure 14</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*DS).....	124
<b>Figure 15</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*QN).....	126
<b>Figure 16</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*QN).....	126
<b>Figure 17</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*QE).....	129
<b>Figure 18</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*QE).....	129
<b>Figure 19</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*PAE) .....	132
<b>Figure 20</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*PAE).....	132
<b>Figure 21</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*PACCa).....	134
<b>Figure 22</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*PACCa).....	134
<b>Figure 23</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*PACCb).....	136
<b>Figure 24</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*PACCb) .....	136
<b>Figure 25</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*PACCC).....	138
<b>Figure 26</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*PACCC).....	138
<b>Figure 27</b> : Résultats du test de normalité des résidus (IE*PARc).....	142
<b>Figure 28</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE*PARc) .....	142
<b>Figure 29</b> : Résultats du test de normalité des résidus (Régression multiple).....	146
<b>Figure 30</b> : Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (Régression multiple).....	146
<b>Figure 31</b> : Modèle explicatif validé de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes .....	147

# **INTRODUCTION GENERALE**

*« La Pharmacie demeure le pourvoyeur logistique de la santé en médicaments (...) En matière de distribution et de stockage, comme pour les autres aspects du système d'achat de médicaments, la compétence professionnelle du pharmacien joue un rôle essentiel (...) Les programmes de formation des pharmaciens, médecins et autres personnels de santé sont élaborés en fonction des exigences de la politique pharmaceutique. Il faudra adapter la formation du pharmacien aux techniques modernes de gestion, aux progrès de la pharmacothérapie. »*

Ces propos, relevés de « la politique pharmaceutique en Algérie » (Agence Nationale de Documentation de la Santé, 2011) mettent l'accent sur trois principaux points, à savoir le rôle central du pharmacien dans la chaîne de distribution du médicament en Algérie, l'importance de la formation et l'éducation comme moyens d'amélioration de la gestion pharmaceutique ainsi que la nécessité de l'adaptation des pharmaciens aux techniques modernes de gestion de la pharmacie afin de promouvoir le développement du secteur pharmaceutique algérien. Ce dernier point, vu la nature de l'activité de la pharmacie, comprend l'implantation d'une innovation processuelle et administrative au niveau des activités et des fonctions internes de l'officine telles que la vente, la gestion des ressources humaines, la gestion financière et l'approvisionnement plutôt qu'une innovation de produit. Ceci entraîne des changements profonds au niveau des processus internes, structure et capacités de la pharmacie.

Dans cette vision, le bureau de conseil Eagle management Consulting Algérie (EMC), franchise d'Eagle Management Consulting internationale, a décidé de s'investir dans ce domaine en offrant aux pharmaciens, propriétaires et dirigeants d'officines pharmaceutiques, divers services de formation et de consulting en management. Ces services visent à redresser la situation des officines en difficulté, à aider les pharmaciens en situation stable à améliorer la gestion de leurs officines et accompagner les pharmaciens ambitieux dans leurs projets de développement des officines.

Durant la période 2010-2011, nous avons constaté, ainsi que les consultants d'Eagle Management Consulting, que certains patrons d'officines pharmaceutiques montraient un grand intérêt pour l'amélioration de l'organisation et de la gestion interne de leurs officines, tandis que d'autres étaient moins intéressés par ces idées de croissance. La question s'est alors posée à propos de la différence qui existe entre ces deux catégories. C'est ainsi que des discussions avec l'encadreur ainsi qu'avec les consultants du bureau EMC Algérie ont eu lieu et après quelques semaines de réflexion et d'échange d'idées, nous avons décidé d'orienter la recherche vers la détermination des facteurs exerçant une influence sur la décision des patrons de ces très petites entreprises (TPE) pharmaceutiques algériennes de changer et de rénover leurs méthodes organisationnelles et managériales.

Une recherche documentaire a été ensuite entamée afin de déterminer le cadre théorique correspondant à l'objectif de notre travail. Cette recherche s'est avérée fructueuse parce qu'elle nous a permis de faire le rapprochement entre l'amélioration de l'organisation de l'officine pharmaceutique et le « rajeunissement organisationnel » (organisational rejuvenation), concept proposé par Covin et Miles (1999, p. 52, cité par Dess et *al.*, 2003, p.



355) comme une forme de « corporate entrepreneurship » ou « entrepreneuriat organisationnel » en Français. Nous nous sommes, alors, retrouvés orientés vers le champ de du corporate entrepreneurship.

L'émergence de ce concept remonte à la deuxième moitié du vingtième siècle ; l'environnement était devenu, alors, plus dynamique avec l'accroissement de la concurrence, l'accélération des progrès technologiques ainsi que l'explosion de la croissance dans certains secteurs industriels. Cette situation a incité les entreprises à revoir leurs plans. Chen, Zhu et Anquan (2005, p. 530) considèrent qu'aujourd'hui, le « Corporate entrepreneurship » est indispensable dans un marché compétitif. Désormais, toute entreprise qui n'opte pas pour le développement continu, l'acquisition et l'adaptation aux progrès technologiques et aux changements de l'environnement, est en train de prendre, selon Merrifield (1993, p. 383), la décision stratégique involontaire de s'exclure du marché dans les quelques années à venir. Phan, Wright, Ucbasaran et Wee-Liang (2009, p. 197) confortent cette idée en considérant que la portée du corporate entrepreneurship devient de plus en plus large au point que les organisations qui n'étaient pas auparavant reconnues pour être entrepreneuriales ont besoin de le devenir afin de survivre et de réussir dans un environnement de plus en plus concurrentiel et contraint financièrement.

Dans leur quête d'adaptation, d'acquisition d'avantages concurrentiels et d'exploitation des nouvelles opportunités, les entreprises étaient dans l'obligation de s'investir dans le corporate entrepreneurship. Elles ont, dès lors, multiplié les pratiques et les tentatives qui étaient certes différentes en matière de contenu mais qui se partageaient le même principe ; l'innovation. Les résultats étaient relativement satisfaisants. Plusieurs études (Covin et Slevin, 1991; Zahra, 1991; Zahra et Covin, 1995) ont démontré que la pratique entrepreneuriale au sein de l'entreprise joue un rôle indispensable dans sa croissance et l'amélioration de sa performance.

C'est ainsi que l'entrepreneuriat s'est introduit à l'intérieur de l'entreprise donnant naissance au concept de « corporate entrepreneurship » ou « entrepreneuriat organisationnel » qui attire, à partir du début des années soixante dix, l'attention des chercheurs en entrepreneuriat. Ainsi, les recherches dans ce champ se sont multipliées et plusieurs aspects furent abordés. Nous citons, notamment, les antécédents de la corporate entrepreneurship (Miller, 1983; Khandwalla, 1987; Covin et Slevin, 1991; Zahra, 1991; Antoncic et Hisrich, 2001), ses implications sur la performance et la croissance de l'entreprise (références précédemment citées), ses formes (Covin et Miles, 1999 ; Dess, Ireland, Zahra, Floyd, Janney, et Lane, 2003 ; Phan et *al.*, 2009)...

Cependant, en nous approfondissant dans la littérature nous trouvons que ces chercheurs se basaient souvent sur une approche en aval. En d'autres termes, ils observaient l'acte entrepreneurial au sein de l'entreprise d'abord puis essayaient de l'étudier par la suite perdant ainsi de vue les différentes phases que prend cet acte avant de se concrétiser. Hors, en nous référant au cadre général de l'entrepreneuriat, dont la corporate entrepreneurship fait partie (Antonic et Hisrich, 2001, p. 496 ; Tounès, 2003, p. 30 ; Paturel , 2007, p. 32), nous trouvons que l'acte entrepreneurial passe par plusieurs étapes avant sa réalisation, constituant un

processus qui débute par une phase clé, qui est la phase d'intention (Bruyat, 1993, p. 260 ; Tounès, 2003, p. 47). Cette intention est considérée par Ajzen (1991, p. 185), spécialiste en psychologie sociale, comme un prédicateur principale du comportement humain: « *When the behavior/situation affords a person complete control over behavioral performance, intentions alone should be sufficient to predict behavior* ». Autrement dit, pour comprendre l'acte entrepreneurial il est primordial de comprendre les origines de l'intention qui le précède.

L'intention d'entreprendre au sein d'une entreprise déjà créée a été rarement abordée. En effet, peu d'attention a été réservée à la formation d'intention intrapreneuriale, ce qui fait qu'il existe peu de connaissance sur les facteurs qui motivent l'individu pour qu'il agisse d'une façon intrapreneuriale. C'est-à-dire qu'on connaît peu les éléments qui poussent l'individu à adopter un comportement entrepreneurial à l'intérieur de l'entreprise déjà créée. Ceci s'explique principalement par le fait que les études dans ce champ se sont, souvent, intéressées aux cas des grandes entreprises caractérisées principalement par une séparation entre propriété et management. Du coup, le comportement entrepreneurial de l'entreprise, dans ce cas, ne dépend pas uniquement du propriétaire, autrement dit il ne contrôle pas le comportement entrepreneurial de son entreprise.

Cependant, le comportement entrepreneurial au sein des très petites entreprises, où le propriétaire est lui-même le manager dans la majorité des cas, est profondément influencé voire même contrôlé par ce dernier. Ceci oriente, donc, l'intérêt vers l'étude des facteurs psychologiques qui influencent l'intention du propriétaire à adopter un comportement entrepreneurial au sein de son entreprise.

Cette idée, qui s'inspire de la théorie du comportement planifié développée par I.Ajzen en 1985 et publiée en 1991, a été utilisée dans de nombreuses études en entrepreneuriat en se basant sur l'intention comme médiateur entre les attitudes, normes et perceptions du contrôle d'un coté et l'acte de création d'entreprises de l'autre coté (Tounès, 2003 ; Fayolle et Gailly, 2009 ; Boissin, Chollet et Emin, 2009). Il serait alors intéressant de l'utiliser pour comprendre les antécédents de l'intention, des propriétaires des très petites entreprises, de réaliser un acte de corporate entrepreneurship.

Dans cette optique et étant donné que le management moderne, le développement et l'innovation sont encore des pratiques jeunes pour la majorité des dirigeants d'officines pharmaceutiques algériennes, nous avons jugé indispensable de traiter l'acte entrepreneurial au sein des pharmacies algériennes dans sa phase d'intention.

Pour cela notre travail va tenter de répondre à la problématique suivante :

***Quels sont les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des pharmaciens algériens possédant et gérant déjà leurs propres officines pharmaceutiques ?***

Nous définissons l'intention entrepreneuriale, dans notre cas, comme une volonté individuelle ancrée au sein d'un processus cognitif. Caractérisée par l'innovation, la proactivité et la prise de risque, l'intention entrepreneuriale au sein d'une entreprise déjà créée

traduit l'attachement et la conviction du dirigeant au développement ou au renouvellement d'une entreprise existante.

Notre principale hypothèse de départ est que l'intention entrepreneuriale des pharmaciens Algériens est influencée positivement par des facteurs psychosociologiques regroupés, par I. Ajzen (1991, p. 188) dans sa théorie du comportement planifié, en trois catégories

- **Les attitudes associées au comportement :** elles désignent le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a, du comportement concerné. En d'autres mots elles reflètent la capacité attractive du comportement.
- **Les normes subjectives :** elles reflètent les pressions sociales perçues par l'individu pour concrétiser ou ne pas concrétiser un comportement. Donc on peut dire que ces normes constituent la vision de l'entourage proche de la personne par rapport à la réalisation du comportement en question.
- **Les perceptions du contrôle comportemental :** elles correspondent à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Ces perceptions traduisent la faisabilité du comportement telle qu'elle est perçue par la personne

Cependant, cette hypothèse va être développée et détaillée en plusieurs hypothèses en fonction des variables utilisées pour chaque catégorie. Ces variables, qui seront déterminées en respectant un protocole de recherche bien défini, formeront un modèle hypothético-déductif que nous tenterons de valider au cours de ce travail.

L'importance de cette recherche dépasse la simple application d'une méthode théorique. En effet, elle tente de découvrir les facteurs psychosociologiques intervenant dans l'apparition de l'intention entrepreneuriale chez les patrons d'officines algériens. A cela s'ajoutent de nombreux apports possibles qui se situent sur deux niveaux ; théorique et pratique.

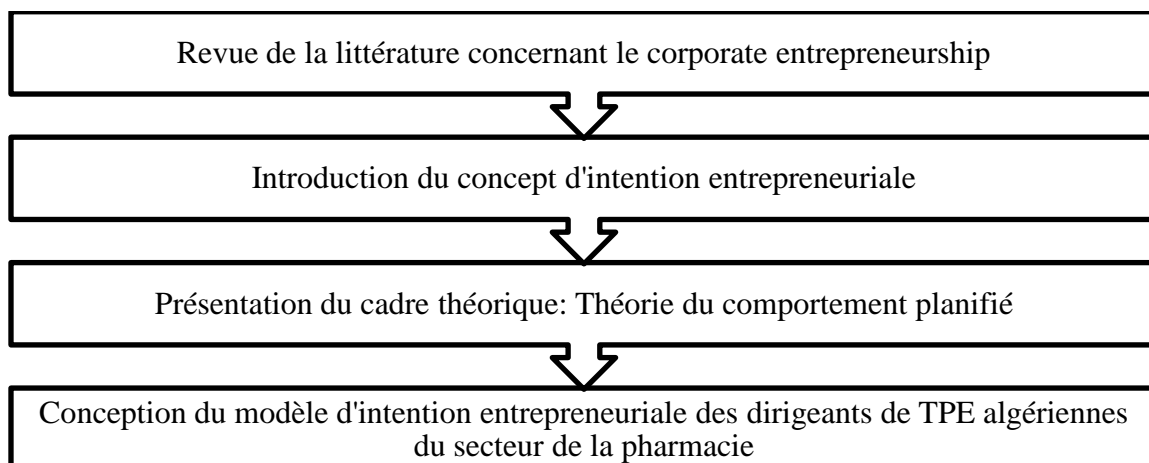
Sur le plan théorique, cette recherche gagne de l'importance du fait qu'elle tente de :

- Adopter une approche processuelle pour décrire l'acte entrepreneurial au sein d'une organisation. Autrement dit, elle admet l'existence de plusieurs phases avant la concrétisation de l'acte
- S'intéresser à l'étude de l'acte entrepreneurial au sein d'une organisation de petite taille en amont. Du coup, elle se focalise sur un concept très peu exploité en corporate entrepreneurship, qui est celui de l'intention. Ceci s'avère très important dans la mesure où l'étude de l'intention nous permettra de prédire l'acte entrepreneurial
- Introduire la psychologie sociale dans le champ de la corporate entrepreneurship, très peu utilisée jusqu'à maintenant dans ce domaine, en utilisant la théorie du comportement planifié comme cadre de référence.
- Proposer, comme résultat, un modèle d'intention entrepreneuriale conçu spécialement pour les pharmaciens algériens possédant et gérant leurs propres pharmacies. Ce modèle sera l'un des premiers à étudier le phénomène de la corporate entrepreneurship en amont.

Par ailleurs, l'importance de ce travail ne s'inspire pas uniquement des apports théoriques mais aussi des apports pratiques. En effet, il vise à :

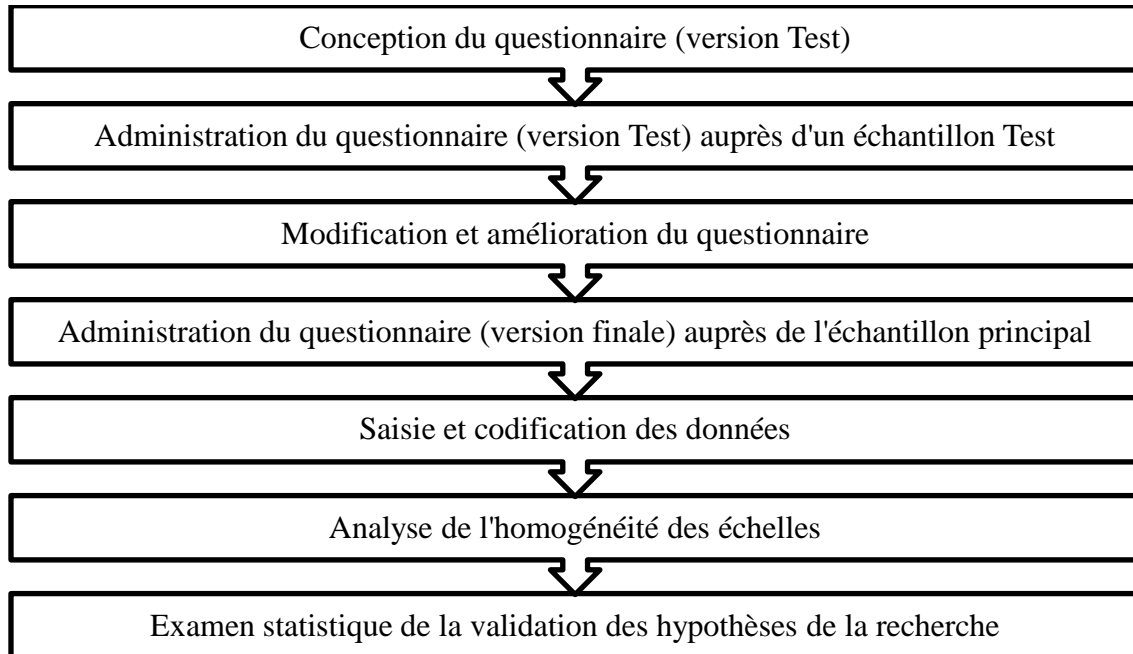
- Aider le bureau Eagle Management Consulting à mieux segmenter son marché, constitué principalement des pharmaciens d'officines, et surtout à mieux sélectionner les clients potentiels possédant une intention de développement des méthodes organisationnelles et managériales.
- Agir, dans la mesure du possible, sur les antécédents de l'intention afin de pousser les patrons d'officines algériennes à adopter un comportement entrepreneurial au niveau de leurs entreprises.
- S'intéresser à la population de pharmaciens, propriétaires et dirigeants d'officines pharmaceutiques, comme étant de potentiels entrepreneurs organisationnels étant donné qu'ils mènent leurs propres affaires,
- Aider les autorités sanitaires algériennes en fournissant les éléments sur lesquels elles devront se concentrer pour créer une intention puis un comportement entrepreneurial innovant au sein de la population des pharmaciens d'officines.

Afin de répondre à la problématique précédemment posée, notre travail passera par deux étapes, à savoir l'étape de conception théorique et l'étape de validation empirique. Dans la première étape, nous nous référerons à la théorie du comportement planifié (I. Ajzen, 1991), aux modèles d'intention entrepreneuriale développés pour le cas de création d'entreprise ainsi qu'aux modèles des antécédents de la corporate entrepreneurship pour développer un modèle hypothético-déductif regroupant trois catégories de variables : les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental. Ce modèle tentera d'expliquer la formation de l'intention entrepreneuriale chez les patrons d'officines pharmaceutiques algériennes. Les phases composant cette étape peuvent être synthétisées dans le schéma suivant :



Durant la deuxième étape, nous procéderons à l'examen empirique du modèle conçu précédemment en testant les relations existant entre les variables psychologiques, considérées comme variables indépendantes, et l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines

pharmaceutiques. Pour cela, nous avons choisi d'étudier un échantillon appartenant à la population des pharmaciens algériens possédant et gérant leurs propres officines pharmaceutiques. Ce choix correspond parfaitement à la problématique de recherche traitée au cours de ce travail. Le déroulement de cette phase est explicité sur le schéma suivant :



Ainsi, ce travail sera traité en quatre chapitres.

Lors du premier chapitre intitulé : «**Cadre épistémologique de la corporate entrepreneurship et positionnement de la recherche** » nous procéderons à une revue de la littérature correspondant à l'apparition du concept de « corporate entrepreneurship », son évolution, ses dimensions, ses répercussions et ses antécédents. Ensuite, nous évoquerons les limites de l'approche actuelle de la recherche dans ce champ ainsi que les critiques émises aux modèles de corporate entrepreneurship.

Le deuxième chapitre intitulé «**Conception d'un modèle de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE**» est réservé dans un premier temps à la présentation de la nouvelle approche pour aborder le phénomène de la corporate entrepreneurship basée sur le concept de l'intention. Ensuite, nous évoquerons la théorie du comportement planifié comme étant le cadre théorique de notre recherche. Enfin, nous développerons les hypothèses liées aux variables à tester, puis nous présenterons le modèle d'intention entrepreneuriale des pharmaciens algériens que nous allons tester lors du troisième chapitre

Le troisième chapitre intitulé «**Méthodologie empirique employée**» est consacré à non seulement à l'étude du contexte socioéconomique de la population ciblée mais aussi à la conception et à l'administration du questionnaire auprès des pharmaciens algériens possédant et gérant leurs propres officines

Le quatrième et dernier chapitre intitulé «**Validation d'un modèle d'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques**» est réservé à l'analyse des données récoltées ainsi qu'à l'examen des relations formulées à travers les tests économétriques, nous présenterons le modèle final testé et validé relatif à l'intention entrepreneuriale des pharmaciens patrons d'officines.

La synthèse des ces chapitres sera présentée dans la conclusion générale au cours de laquelle nous tenterons de recenser les principaux apports de cette recherche que ce soit sur le plan théoriques ou pratique. Par ailleurs, nous exposerons les limites et les principales pistes de développement et d'amélioration de ce travail, que nous estimons intéressantes à explorer. Enfin, les documents supplémentaires utiles pour une meilleure compréhension du travail seront présentés dans les annexes.

# **CHAPITRE 1 - CADRE EPISTEMOLOGIQUE DU CORPORATE ENTREPRENEURSHIP ET POSITIONNEMENT DE LA RECHERCHE**

## Introduction du chapitre

La croissance que l'économie mondiale a connue après la deuxième guerre mondiale a provoqué une augmentation importante de production et en conséquence du nombre d'entreprises présentes sur le marché. Cette situation ne pouvait plus continuer étant donné que le marché arrivait à un point de saturation. L'économie passe alors par une période de stagnation mettant ainsi en péril la pérennité de plusieurs entreprises.

Afin de faire face à ce contexte à haut risque, les entreprises étaient dans l'obligation de sortir de leur routine et d'apporter du nouveau en s'appuyant sur l'innovation comme un nouvel accélérateur de croissance. Ceci se reflète, selon Lumpkin et Dess (1996, p. 142), par un engagement de l'entreprise dans le soutien des idées nouvelles, de l'innovation, de l'expérimentation et des processus créatifs pouvant se traduire par de nouveaux produits, de nouveaux services ou encore par de nouveaux processus technologiques.

Les résultats obtenus ont confirmé les attentes ; En effet, plusieurs travaux de recherche ont démontré l'impact positif de l'innovation sur l'entreprise. Cet impact se traduit par l'acquisition d'avantages compétitifs (Marques et Ferreira, 2009, p. 54 ; Johannessen, Olsen et Lumpkin, 2001, p. 27), l'amélioration de la performance (Damanpour, 1991, p. 556) et de croissance (Schumpeter, 1934, cité par Khandwalla, 1987, p. 39), l'augmentation de la rentabilité (Zahra, Neubaum et Huse, 2000, p. 970) ou encore de la flexibilité (Carrier, 1996, p.5). L'innovation passe alors au sommet des préoccupations stratégiques des entreprises. Marques et Ferreira (2009, p. 54) y voient même une nécessité afin de pouvoir, non seulement, gérer les risques et les incertitudes de l'environnement mais aussi d'acquérir et de pérenniser des avantages compétitifs.

Cependant, l'adoption de l'innovation au sein de l'entreprise nécessite un changement stratégique (Hoffman et Hegarty, 1993, p. 550) voire même un changement organisationnel et culturel (Morris, Lewis et Sexton, 1994, p. 30). Damanpour, Szabat et Evan (1989, p. 587) souligne la difficulté liée à l'adoption d'une telle pratique à partir du moment où plusieurs facteurs individuels, organisationnels et environnementaux doivent être pris en considération « *Innovation is a complex construct; a variety of individual, organizational, and contextual factors affect its adoption.* »

Ces facteurs individuels, organisationnels et environnementaux, favorisant l'adoption de l'innovation, ont été étudiés à partir des années quatre-vingts du siècle précédent dans le but de trouver des pratiques ou des activités qui encouragent l'innovation au sein des entreprises. Les résultats de ces travaux ont donné naissance à une nouvelle discipline, considérée par Zahra (1991, p. 260) comme une pièce maîtresse des efforts organisationnels visant à renforcer l'innovation produit, la prise de risque, et les réponses proactives au changement permanent de l'environnement. Cette pratique, désignée par le terme « corporate entrepreneurship », est décrite par Zahra (1991, p. 259) comme l'ensemble des activités qui améliorent la capacité d'une entreprise à innover, à prendre des risques et saisir les opportunités sur ses marchés.



En matière de résultats, la nouvelle discipline n'a pas tardé à faire ses preuves sur terrain. En effet, Covin et Miles (1999), Ferreira et Azevedo (2008), Zahra et Covin (1995) ou encore Zahra (1991) ont montré les apports précieux de cette pratique pour l'entreprise. Chen et *al.* (2005, p. 530) vont même jusqu'à la considérer comme essentielle dans un marché compétitif. Cette conclusion est témoignée par les pertes importantes subies et la situation très délicate dans laquelle se trouvaient plusieurs entreprises américaines ayant refusé l'adoption du CE à la fin des années quatre-vingts (Merrifield, 1993, p. 383).

D'un autre côté, la mondialisation, l'ouverture des marchés, le développement technologique ou encore le développement des pays émergents ont tous contribué à rendre le marché encore plus compétitif et l'environnement encore plus hostile. Devant cette situation, le corporate entrepreneurship a pris une autre dimension. Son champ d'application s'est considérablement élargi. Désormais, il ne s'agit plus d'un choix mais plutôt d'une obligation afin de survivre à la concurrence féroce et aux contraintes de l'environnement (Phan et *al.*, 2009, p. 198). Ainsi, l'entreprise ou l'organisation qui n'opte pas pour le développement continu, l'acquisition et l'adaptation aux progrès technologiques et aux changements de l'environnement, est en train de prendre une décision stratégique qui risque de l'exclure du marché dans les quelques années à venir (Merrifield, 1993, p. 383).

L'élargissement du champ d'application du corporate entrepreneurship, dans les grandes structures bureaucratiques (Kuratko, Hornsby, Naffziger, et Montagno, 1993, p. 28) mais aussi dans les petites entreprises (Carrier, 1996, p. 6), n'est pas passé inaperçu. Cette nouvelle pratique a suscité l'intérêt des chercheurs (Dess et *al.*, 2003, p. 352) provenant de différentes disciplines telles que l'entrepreneuriat, le management stratégique ou encore le marketing qui voyaient ce champ de recherche comme l'un des champs les plus prometteurs (Wortman, 1987, p. 259). Cet intérêt s'est traduit par la multiplication des travaux de recherche ayant pour but de comprendre le phénomène et de dissoudre ses composantes. C'est ainsi que plusieurs aspects furent abordés, citons notamment la définition du concept (Guth et Ginsberg, 1990 ; Chung et Gibbons, 1997 ; Zahra, 1991 ; Covin et Miles, 1999 ; Nielsen, Peters et Hisrich, 1985), les dimensions du corporate entrepreneurship (Lumpkin et Dess, 1996 ; Covin et Slevin, 1991 ; Miller, 1983 ; Barrett, Balloun et Weinstein 2000) ; les antécédents du corporate entrepreneurship (Miller, 1983 ; Chung et Gibbons, 1997 ; Zahra, 1991 ; Covin et Slevin, 1991 ; Antoncic et Histrich, 2001 ; Hornsby, Kuratko, Shepherd, et Bott, 2009 ; Ireland, Covin et Kuratko, 2009), les activités ou bien les formes de la CE (Covin et Miles, 1999 ; Dess et *al.*, 2003 ; Phan et *al.*, 2009 ; MacMillan et Day, 1987), les implications diverses (Barrett et *al.*, 2000 ; Ferreira et Azevedo, 2008 ; Ireland, Hitt, Camp et Sexton, 2001 ; Chung et Gibbons, 1997 ; Zahra et Covin, 1995 ; Knight, 1997), la mise en place d'une stratégie de corporate entrepreneurship (Kuratko et *al.*, 1993), la pratique de corporate entrepreneurship au sein des petites entreprises (Carrier, 1996 ; Ferreira et Azevedo, 2008), le processus de corporate entrepreneurship (Hornsby et *al.*, 1993)...

Dans ce chapitre, nous procéderons, dans un premier temps, à une présentation du phénomène du corporate entrepreneurship. Ensuite, nous explorerons la pratique entrepreneuriale au sein des petites et très petites entreprises. Enfin, nous exposerons le positionnement de notre recherche par rapport au phénomène étudié, à la population ciblée et aux outils utilisés.

## Section 1 : Le corporate entrepreneurship comme moteur de croissance et de performance

### 1.1. Définition du corporate entrepreneurship

A première vue, l'existence d'une multitude de définitions pour un concept laisse entendre qu'il existe une sorte de compétition entre les chercheurs afin de définir le phénomène. Cependant, ces définitions, selon Baumol (1993, p. 198) sont plutôt complémentaires que compétitives pour la simple raison que chacun des chercheurs se concentre sur un aspect spécifique du phénomène étudié et du coup les autres aspects passent au second plan par rapport à son travail. Ceci s'applique aussi pour le cas du corporate entrepreneurship. En effet plusieurs auteurs ont essayé de définir ce phénomène se basant chacun sur son approche.

Suite à la recherche documentaire effectuée, nous avons pu classer les définitions du concept en trois principaux courants.

- **Le corporate entrepreneurship comme une nouvelle combinaison de ressources :** Une des premières tentatives de définition du corporate entrepreneurship est celle de Burgelman. Pour ce dernier (1984, p. 154), il s'agit d'étendre le domaine de compétence d'une entreprise ainsi que l'opportunité correspondante à travers la génération de nouvelles combinaisons de ressources. Bien qu'elle fût acceptable à l'époque de son apparition, une telle définition aura du mal à s'en sortir dans le contexte actuel à partir du moment où elle ne justifie pas clairement l'existence du corporate entrepreneurship en tant que discipline indépendante du management.
- **Le corporate entrepreneurship comme résultante d'un processus de combinaison d'innovation, de prise de risque et de proactivité :** D'autres auteurs se sont focalisés sur les caractéristiques du corporate entrepreneurship afin de pouvoir le définir. Miller et Friesen (1982, p. 5), par exemple, identifient les firmes entrepreneuriales à travers deux critères qui sont l'innovation et la prise de risque: « *we now outline the entrepreneurial model which applies to firms that innovate boldly and regularly while taking considerable risks in their product market strategies.* ». Miller améliore cette définition, en 1983, en ajoutant à l'innovation et à la prise de risque, un troisième critère qui caractérise le corporate entrepreneurship, qui est la proactivité. Ainsi, il considère une firme comme étant entrepreneuriale, si elle cherche, proactivement, à s'engager dans des innovations de produit lui permettant de battre ses concurrents, tout en assumant une part de risque (Miller, 1983, p. 771). Toutefois, il faut faire la distinction entre une firme entrepreneuriale et une firme qui pratique du corporate entrepreneurship. Dans ce cadre, Lumpkin et Dess (1996, p. 136) considère que les caractéristiques que nous venons d'évoquer, constituent les dimensions du processus entrepreneurial (orientation entrepreneuriale), ce processus reflète les méthodes, les pratiques et le style de prise de décision que les managers emploient afin de réaliser un acte entrepreneurial. Autrement dit, le corporate entrepreneurship est le résultat d'un processus entrepreneurial décrit par le terme « orientation entrepreneuriale » et caractérisé par l'innovation, la prise de risque, la proactivité, l'agressivité concurrentielle et l'autonomie.

- **Le corporate entrepreneurship comme phénomène de création d'activité et/ou de renouvellement organisationnel :** Cette approche, qui a eu le plus de support parmi la population des chercheurs, est basée sur la définition du phénomène de corporate entrepreneurship par ses activités (formes). Plusieurs définitions célèbres ont vu le jour dans ce cadre, citons à titre d'exemple celle proposée par Guth et Ginsberg (1990, p. 5) qui divisent le CE en deux principaux phénomènes ; la création de nouvelles activités au sein de entreprises déjà créées et le renouvellement organisationnel « *The topic of corporate entrepreneurship encompasses two types of phenomena and the processes surrounding them: (1) the birth of new businesses within existing organizations, i.e. internal innovation or venturing; and (2) the transformation of organizations through renewal of the key ideas on which they are built, i.e. strategic renewal.* ». Zahra (1991, p. 262) rejoint aussi cette approche en considérant que le corporate entrepreneurship est un concept qui traduit l'ensemble des activités formelles et informelles ayant pour but de créer de nouvelles affaires au sein des entreprises déjà créées à travers l'innovation des produits et des processus ainsi que le développement du marché. Ces activités, selon le même auteur, peuvent prendre lieu au niveau de l'entreprise, la division ou encore au niveau fonctionnel avec l'objectif commun d'améliorer la position concurrentielle et la performance financière de l'entreprise. Zahra souligne aussi l'appartenance du renouvellement stratégique à la discipline corporate entrepreneurship. Un autre apport de poids s'ajoute à ce courant ; celui de Covin et Miles. Selon ces derniers (1999, p. 50), l'entreprise s'engage dans une pratique de corporate entrepreneurship afin d'augmenter sa compétitivité, ceci se traduit à travers ses efforts en matière de rajeunissement, de renouvellement et de redéfinition qui touchent son organisation interne, ses marchés ou encore son industrie.

Les trois courants de définitions présentés ci-dessus, bien qu'ils regroupent la majorité des définitions du CE, ne sont pas les seuls. En effet, d'autres définitions, basées sur des approches différentes, ont été aussi proposées, parmi lesquelles figurent l'approche résumant la corporate entrepreneurship en l'exploitation, au sein d'une entreprise existante, d'une opportunité imperceptible par les concurrents (Ireland et *al.*, 2001, p. 50), l'approche considérant le corporate entrepreneurship comme un processus organisationnel qui transforme les nouvelles idées en actions collectives en employant le management des incertitudes (Chung et Gibbons, 1997, p. 13) ou encore l'approche définissant le corporate entrepreneurship comme un processus qui se déroule à l'intérieur d'une organisation existante et qui ne conduit pas seulement à la création de nouvelles activités, mais aussi au développement de nouveaux produits, services, technologies, techniques administratives, stratégies et atouts compétitifs (Antoncic et Histrish, 2001 p. 498)

## 1.2. Concepts proches du phénomène étudié

En examinant la terminologie existante dans le champ de corporate entrepreneurship, nous constatons que les chercheurs ont utilisé divers termes pour désigner le phénomène de corporate entrepreneurship ou des phénomènes proches de lui. Cette richesse en matière de terminologie reflète surtout l'importance et la dimension prise par ce phénomène.

Covin et Miles (1999, p. 48) recensent, dans ce cadre, le « *Corporate Venturing* » utilisé, selon les mêmes auteurs, par Block (1993) Burgelman (1983) ou encore Venkatraman (1992) ; l'« *Intrapreneurship* » utilisé par Pinchot (1985), Shane (1994), Kanter (1982) et Jenilek (1990) ; l'« *Entrepreneurial Management* » utilisé par Stevenson et Jarillo (1990) ; l'« *Entrepreneurial Posture* » utilisé par Covin et Slevin (1990) ; l'« *Entrepreneurial Orientation* » utilisé par Ramachandran et Ramnarayan (1993) ; le « *Firm Level Entrepreneurship* » utilisé par Morse (1996) ; l'« *Entrepreneurial Strategy Making* » utilisé par Dess, Lumpkin et Covin (1997) ou encore le « *Pioneering Innovative Management* » utilisé par Khandwalla (1987)

De son côté, Zahra (1991, p. 260) ajoute encore l'« *Internal Corporate Entrepreneurship* » employé par Schollhammer (1982) et l'« *Internal Corporate Venture* », proposé par Burgelman and Sayles (1986).

Du côté de la terminologie française, nous trouvons notamment le terme « *entrepreneuriat organisationnel* » qui constitue une simple traduction en langue française du terme corporate entrepreneurship. utilisé dans plusieurs travaux tels que Basso, Fayolle et Bouchard (2009) ou encore Basso et Fayolle (2009)

Cependant, au cours de notre étude, nous emploierons le terme « *corporate entrepreneurship* » dans le sens utilisé dans le célèbre article de Guth Et Ginsberg (1990) intitulé « *Corporate entrepreneurship* ». Cet article, utilisé dans une multitude de travaux, est considéré comme une référence fiable dans le champ de recherche en corporate entrepreneurship. Pour ces deux auteurs (1990, p. 5), le CE est un phénomène de création de nouvelles activités au sein des entreprises déjà créées et/ou de renouvellement organisationnel au sein des organisations déjà existantes.

### **1.3. Corporate entrepreneurship et entrepreneuriat**

Les similitudes qui existent entre le corporate entrepreneurship et l'entrepreneuriat dépassent le cadre sémantique. En effet, l'entrepreneuriat ne comprend pas uniquement la création d'entreprises (Shane et Ventakaraman, 2000, p. 219 ; Mintzberg, 1973, p. 45), mais il peut se manifester, aussi, sous d'autres formes telle que le corporate entrepreneurship. Ce dernier est considéré par plusieurs auteurs (Wortman, 1987, p. 260 ; Carrier, 1996, p. 5 ; Lumpkin et Dess, 1996, p. 135 ; Antoncic et Histrish 2001, p. 497) comme une forme d'entrepreneuriat au sein des organisations déjà créées.

D'autres auteurs vont même jusqu'à considérer que la pratique de corporate entrepreneurship peut constituer une phase supplémentaire dans le processus entrepreneurial (Covin et Slevin, 1991, p. 7). En effet, pour Bruyat (1993, p. 263), même si la phase d'émergence prend fin, la dialogique créateur/entreprise reste présente. Autrement dit, pour devenir entrepreneur, il ne suffit pas de créer ou de reprendre une entreprise mais il faut aussi veiller à la développer en introduisant des innovations régulières et en exploitant les opportunités, comme le souligne Paturel (2007, p. 30-31) : « Un dirigeant peut se contenter de gérer sans obligatoirement veiller à innover régulièrement. Par contre, s'il innove, il est entrepreneur. On perçoit ici qu'être entrepreneur persistant ou permanent impose une innovation elle aussi permanente de

l'individu ou du groupe d'individus à la tête de l'organisation avec ses implications au niveau du changement que cela comporte pour la ou les personnes qui innovent. »

Cette idée est confortée par Tounès (2003, p. 48) qui considère que « Les comportements des créateurs d'entreprise ne sont pas (et ne peuvent pas) tous être qualifiés d'entrepreneuriaux ». Il explique que certains créateurs d'entreprises seront plus développeurs, plus innovateurs, rechercheront et saisiront les opportunités plus que d'autres qui seront en revanche plus attirés par l'équilibre familial, conditionnés par le manque de ressources ou se contenteront tout simplement de leur situation après la création. Le même auteur (2003, p. 47) considère, dans son modèle du processus entrepreneurial, que le comportement entrepreneurial au sein de l'entreprise après sa création constitue une phase dans le processus entrepreneurial.

Finalement, nous pouvons dire que le dirigeant/propriétaire d'entreprise n'est considéré comme entrepreneur sauf que s'il adopte une pratique de corporate entrepreneurship au sein de son entreprise. Ce qui veut dire, en d'autres mots, que le corporate entrepreneurship complète la création d'entreprises.

#### **1.4. Caractéristiques du corporate entrepreneurship**

« *Qu'est ce qui caractérise une firme ayant adopté une pratique de corporate entrepreneurship ?* ».

Cette question constitue un axe principal de la recherche en corporate entrepreneurship. Son importance se manifeste par sa capacité à distinguer les activités dites « *entrepreneuriales* » au niveau d'une firme des activités dites « *non entrepreneuriales* » en s'appuyant sur les caractéristiques du phénomène.

Dans sa définition de la firme entrepreneuriale, Miller (1983, p. 771) reconnaît l'existence de trois principales caractéristiques pouvant distinguer la firme entrepreneuriale de la firme non entrepreneuriale qui sont l'innovation, la prise de risque et la proactivité. Covin et Slevin (1991, p. 7) confortent cette idée « *Firms with entrepreneurial postures are risk taking, innovative, and proactive* ». Ces mêmes critères ont été repris par plusieurs auteurs, citons notamment, Antoncic et Histrish (2001, p. 523), Ferreira et Azevedo (2008, p. 82) ou encore Covin et Miles (1999, p. 49). Du moment que ces éléments (innovation, prise de risque et proactivité) caractérisent la firme entrepreneuriale ainsi que le processus entrepreneurial (orientation entrepreneuriale), il est tout à fait logique qu'ils caractérisent, plus ou moins, le résultat final du processus, à savoir l'action de corporate entrepreneurship (Lumpkin et Dess, 1996, p. 137). Dans ce sens, Zahra et Covin (1995, p. 45) considèrent explicitement que l'innovation, la prise de risque et la proactivité constituent l'essence du corporate entrepreneurship.

Cependant, l'idée des trois caractéristiques n'est pas la seule ! En effet, en 1996, Lumpkin et Dess, dans leur célèbre article intitulé « *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance* », élargissent encore plus cette idée en ajoutant aux trois dimensions déjà identifiées (innovation, prise de risque et proactivité), l'autonomie et l'agressivité concurrentielle (1996, p. 136).

### 1.4.1. Innovation

Bien qu'il n'existe pas d'accord clair à propos des dimensions de la corporate entrepreneurship, ceci n'empêche pas qu'il existe un consensus entre les différentes classifications au sujet de l'innovation (Covin et Miles, 1999, p. 49). Si cela voulait traduire quelque chose, c'est sans doute le rôle central de l'innovation dans le corporate entrepreneurship comme le soulignent Covin et Miles (1999, p. 49) : « *Innovation is at the center of nomological network that encompasses the construct of corporate entrepreneurship* ». D'autres auteurs y vont même à la considérer comme l'esprit du corporate entrepreneurship.

Alors qu'entendons-nous par le terme innovation ?

D'après Schumpeter (1911, cité par Gonard et Louazel, 1997, p. 1), l'innovation constitue le moment de la réalisation de nouvelles combinaisons regroupant ainsi cinq catégories, à savoir la fabrication d'un nouveau bien, l'adoption d'une nouvelle méthode de production, l'ouverture d'un nouveau débouché, l'acquisition d'une nouvelle source d'approvisionnement en matières premières et la réalisation d'une nouvelle organisation.

Pour Damanpour (1991, p. 556), l'adoption des innovations est conçu pour englober la production, le développement, et la mise en œuvre de nouvelles idées ou de comportements. Selon le même auteur, une innovation peut être un nouveau produit ou service, un nouveau processus technologique de production, une nouvelle structure ou un système managérial ou encore un nouveau plan concernant les membres de l'organisation. Autrement dit, il s'agit de nouvelles modifications et améliorations apportées, par le manager d'une organisation, à la structure, aux méthodes et processus techniques et managériaux ainsi qu'au produit proposé sur le marché. (Nohria et Gulati, 1996, p. 1251 ; Knight, 1997, p. 214).

A travers ces définitions, nous pouvons considérer l'innovation comme étant la saisie d'une opportunité d'amélioration à travers la genèse et l'implémentation de nouvelles idées ou de nouveaux comportements au sein de l'entreprise. Elle peut affecter le produit ou le service commercialisé, le processus technologique, les méthodes de production, la structure organisationnelle ou administrative, la politique de l'entreprise ou encore le système managérial.

### 1.4.2. Prise de risque

Le risque a été depuis toujours un concept très lié au monde des affaires (Lumpkin et Dess, 1996, p. 144). Cette relation s'est encore consolidée de nos jours en raison des fortes et improbables perturbations que connaît l'environnement et qui ont augmenté considérablement le taux d'incertitude. En considérant l'aspect novateur du corporate entrepreneurship, le risque lié à cette pratique et plus précisément à ces résultats, devient encore plus important. Il peut même être similaire au risque lié à la création d'une nouvelle entreprise (Phan et *al.*, 2009, p. 198). Dans ce cadre, il faut dire que le retour attendu suite à l'adoption du corporate entrepreneurship reste quand même incertain (Zahra et Covin, 1995, p. 45 ; Covin et Miles, 1999, p. 51)

Une des principales critiques qui s'adressent à cette dimension demeure la difficulté de déterminer le taux de risque qui caractérise une activité donnée du moment où le risque est fortement lié à l'appréciation subjective des individus.

### **1.4.3. Proactivité**

L'hostilité et l'instabilité, qui caractérisent l'environnement aujourd'hui, font que l'entreprise ne peut plus se permettre d'attendre le changement et de réagir ensuite. Ce temps de réaction peut lui être fatal. Du coup, l'idée de l'adaptation aux changements laisse, aujourd'hui, de plus en plus place à l'idée de proactivité. En effet, l'entreprise moderne doit être capable, non seulement, d'anticiper les changements avant qu'ils se produisent, mais aussi de préparer une réponse adéquate. Ceci met l'entreprise proactive en position de leader recherchant toujours les opportunités d'affaires (Lumpkin et Dess, 1996, p. 146)

Ces réponses aux changements, susceptibles de survenir, peuvent prendre la forme de l'introduction d'un nouveau produit, un nouveau service ou une nouvelle technologie (Zahra et Covin, 1995, p. 45). Autrement dit, la proactivité conduit l'entreprise vers l'innovation, elle constitue, même, un facteur clé de succès pour la pratique entrepreneuriale au sein des entreprises (Ferreira et Azevedo, 2008, p. 85).

### **1.4.4. Agressivité concurrentielle**

L'agressivité concurrentielle se réfère à la propension d'une entreprise à défier, directement et intensément, ses concurrents pour réaliser une entrée réussie sur le marché ou pour améliorer sa position et devancer ses principaux rivaux (Lumpkin et Dess, 1996, p. 148). En d'autres mots, il s'agit de l'envie de l'entreprise à faire mieux que ses concurrents. Cette envie pousse l'entreprise à innover, à prendre plus de risque et à anticiper les actions de la concurrence. Ainsi, l'entreprise se retrouve au sein du processus entrepreneurial débouchant sur une action de corporate entrepreneurship.

### **1.4.5. Autonomie**

Décrite par Lumpkin et Dess (1996, p. 140) comme une action indépendante entreprise par un individu ou une équipe, apportant une nouvelle idée ou une nouvelle vision et visant sa mise en œuvre, la quête de l'autonomie constitue un des principaux éléments ayant boosté le développement de l'entrepreneuriat. En effet, en recherchant l'autonomie et la mise en œuvre de ses propres idées, l'individu tend à se diriger vers l'entrepreneuriat. Toutefois, cette caractéristique est valable dans le cas où l'action de corporate entrepreneurship est envisagée par les employés de l'entreprise et non pas par un propriétaire dirigeant qui est déjà autonome étant donné qu'il a déjà concrétisé son idée de projet.

## **1.5. Formes de corporate entrepreneurship**

L'utilité principale des dimensions précédemment citées réside dans le fait qu'elles ont permis aux chercheurs d'identifier les différentes activités ou bien formes du phénomène de corporate entrepreneurship. L'étude de ces activités a révélé l'existence de deux principaux phénomènes qui sont, selon Guth et Ginsberg (1990, p. 5), la naissance de nouvelles activités

ou entreprises au sein des entreprises déjà créées (Corporate venturing) et le renouvellement des organisations (organizational renewal).

### **1.5.1. Corporate Venturing**

Il s'agit globalement de l'engagement dans une nouvelle activité ou la création d'une nouvelle entreprise au sein d'une entreprise déjà existante. Ceci peut se réaliser de l'une ou des deux manières suivantes :

#### **1.5.1.1. Internal Corporate Venturing (ICV)**

Reconnue comme l'une des pratiques de corporate entrepreneurship les plus anciennes, l'ICV est un phénomène par lequel l'entreprise cherche à agrandir et à développer ses activités de l'intérieur (Thornhill et Amit, 2001, p. 26). Il s'agit de créer une nouvelle activité ou une entreprise au sein d'une entreprise déjà existante sachant que les relations entre les deux firmes peuvent prendre plusieurs formes juridiques en fonction du niveau d'autonomie accordée à la nouvelle entreprise.

#### **1.5.1.2. External Corporate Venturing**

En plus de l'extension interne, l'entreprise peut aussi investir dans les jeunes entreprises à haut potentiel, généralement quand elles sont dans leurs premières phases de croissance à travers les joint ventures, le corporate venture capital (CVC), les licences ou encore les acquisitions (Phan et *al.*, 2009, p. 199).

### **1.5.2. Organizational renewal (renouvellement organisationnel)**

En consultant les travaux de recherche qui se sont intéressés à la question du renouvellement organisationnel depuis la fin des années quatre-vingts, une classification se démarque spécialement des autres ; celle proposée par Covin et Miles en 1999 dans leur article « *Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage* » publié dans le journal spécialisé en entrepreneuriat « *Entrepreneurship Theory and Practice* ». Cette classification est basée principalement sur les travaux de Guth et Ginsberg (1990). Au cours de ce travail, Covin et Miles (1999, p. 50) ont recensé l'existence de quatre formes de corporate entrepreneurship qui sont <sup>1</sup>:

- Sustained regeneration (Régénération soutenable)
- Organizational rejuvenation (Rajeunissement organisationnel)
- Strategic renewal (Renouvellement stratégique)
- Domain redefinition (Redéfinition du domaine d'activité)

Dans cette partie, nous présentons ces différentes formes en nous appuyant toujours sur le travail de Covin et Miles (1999).

---

<sup>1</sup> Traduction libre en raison de l'absence de littérature francophone traitant cette question



### **1.5.2.1. Sustained regeneration (Régénération soutenable)**

Cette forme regroupe, non seulement, l'introduction continue et régulière des nouveaux produits et services sur le marché mais aussi le renouvellement des produits et services déjà existants (Covin et Miles, 1999, p. 51). L'entreprise exploite, ainsi, les opportunités sous estimées ou délaissées par les concurrents en s'appuyant sur ses compétences internes en matière d'innovation. Ceci nécessite que les dirigeants de l'entreprise soient bien informés sur les cycles de vie des différents produits proposés par cette entreprise ainsi que les stratégies des principaux produits proposés par les concurrents (Dess et *al.*, 2003, p. 354).

Nous remarquons, cependant, qu'une telle activité nécessite forcément toute une structure de soutien à l'innovation, comportant une culture, une structure et un système de support comme le souligne Covin et Miles (1999, p. 51). Ceci nous amène à considérer que cette activité est une forme, plutôt, avancée par rapport aux jeunes entreprises qui ne possèdent pas ce genre de systèmes d'apport à l'innovation quoi qu'elle reste dans leur horizon de développement.

### **1.5.2.2. Organizational rejuvenation (Rajeunissement organisationnel)**

Le terme « *organizational rejuvenation* » ou « *rajeunissement organisationnel* » en français renvoie à un phénomène de corporate entrepreneurship par lequel l'organisation cherche à maintenir ou améliorer sa position concurrentielle, en modifiant ses processus internes, ses structures, sa chaîne de valeur et/ou ses capacités, autrement dit, sa façon d'exécuter la stratégie mise en place, dans le but d'atteindre plus d'efficacité dans la réalisation des objectifs et plus d'efficience dans l'allocation des ressources (Covin et Miles, 1999, p. 52).

Dans ce cas, nous ne parlons plus d'innovation de produit mais plutôt d'innovation managériale (administrative innovation). Cette dernière est considérée comme l'introduction d'un nouveau système de management, d'un nouveau processus administratif ou encore un programme de développement du staff de l'entreprises (Damanpour et *al.*, 1989, p. 588).

Nous constatons, alors, que le rajeunissement organisationnel peut représenter un point de départ pour l'adoption d'une pratique entrepreneuriale à long terme au sein de l'entreprise. Ceci se justifie par le fait qu'il cherche à bâtir un système d'appui performant et à acquérir les compétences nécessaires à une croissance durable (Stopford et Fuller, 1990, p. 401) en se focalisant en premier lieu sur les activités de soutien telle que la gestion des ressources humaines (Dess et *al.*, 2003, p. 354).

### **1.5.2.3. Strategic renewal (Renouvellement stratégique)**

Si le rajeunissement organisationnel s'intéresse à l'organisation, le renouvellement stratégique s'intéresse à la stratégie qui modère l'interaction organisation-environnement. Il s'agit, alors, d'un phénomène de corporate entrepreneurship par lequel l'organisation cherche à redéfinir les relations avec ses marchés ou ses concurrents en modifiant fondamentalement son comportement compétitif (Covin et Miles, 1999, p. 52).

L'objectif de l'entreprise derrière une telle pratique est de se repositionner et de s'aligner de la meilleure manière possible par rapport à l'environnement externe (Dess et *al.* 2003, p. 354) afin de rester compétitive et de mieux exploiter les opportunités existantes.

Cette forme présente plusieurs similitudes avec le management stratégique, c'est la raison pour laquelle certains travaux de recherche se sont intéressés à la relation entre le corporate entrepreneurship et le management stratégique (Ireland et *al.*, 2001)

#### **1.5.2.4. Domain redefinition (Redéfinition de domaine d'activité)**

Il s'agit selon Covin et Miles (1999, p. 54) d'un phénomène par lequel l'organisation crée un nouveau couple produit-marché que les concurrents n'ont pas détecté ou n'ont pas exploité. L'entreprise tente, dans ce cas, de transférer la concurrence vers un nouveau terrain de confrontation afin de créer un avantage compétitif durable, ce qui lui permettra de définir les standards de cette nouvelle industrie ainsi que les barrières à l'entrée.

Une telle pratique nécessite un haut niveau d'innovation, de proactivité et aussi de prise de risque et c'est la raison pour laquelle nous estimons qu'elle est spécifique aux grandes entreprises possédant, notamment, de grandes ambitions, de l'expérience mais aussi la structure, le style de management et les compétences adéquates.

Nous constatons d'après ce que nous venons d'exposer que le corporate entrepreneurship touche le niveau stratégique tout comme le niveau fonctionnel. Autrement dit, tout le staff de l'entreprise est concerné par cette pratique et plus précisément les managers quel que soit leur rang ou leur niveau comme le soulignent Zahra (1999, p. 262) ; Dess et *al.* (2003, p. 362) ou encore Phan et *al.* (2009, p. 202).

Dans ce cadre, Hornsby et *al.* (2009, p. 236-237) ont essayé d'approfondir cette question en identifiant les pratiques entrepreneuriales existantes dans chaque niveau de management au sein de l'entreprise :

- Au niveau supérieur, les managers agissent, en collaboration avec les autres, à travers toute l'entreprise afin d'identifier des moyens efficaces par lesquels des activités peuvent être créées ou reconfigurées. Ainsi, ils utilisent leurs compétences et aptitudes managériales afin de détecter les opportunités de CE, de les étudier et de prendre une décision de s'engager ou non dans une pratique entrepreneuriale interne.
- Au niveau moyen, l'attention des managers s'articule autour de la nécessité pour ce groupe de proposer et de formuler les opportunités entrepreneuriales qui pourraient, soit créer de nouvelles activités pour l'entreprise, soit augmenter la compétitivité de l'entreprise dans des domaines d'activité actuels. Il s'agit alors de matérialiser la décision prise au niveau du top management.
- Au niveau de l'exécution, les managers collaborent avec le reste des employés afin de concrétiser les pratiques entrepreneuriales et d'exploiter les opportunités détectées, à travers l'utilisation efficace des compétences de l'entreprise. Autrement dit, ils assurent la mise en œuvre des décisions prises et du plan adopté.

Ainsi, nous pouvons dire que tout le personnel de l'entreprise, à savoir les cadres supérieurs, les cadres moyens ou même les agents d'exécution sont concernés par la mise en œuvre d'une pratique de CE. Cependant, chacun a sa propre mission à accomplir.

## 1.6. Modèles d'antécédents de corporate entrepreneurship

L'élargissement du champ de la pratique de corporate entrepreneurship suite aux résultats positifs donnés a encouragé les entreprises à adopter des pratiques entrepreneuriales. Dans cette optique, certaines entreprises ont réussi mieux que d'autres, ce qui a suscité les interrogations des chercheurs à propos des facteurs et des éléments qui favorisent la pratique de corporate entrepreneurship au sein d'une entreprise.

L'intérêt de la recherche pour cette question s'est traduit par l'apparition d'une multitude de modèles d'antécédents de corporate entrepreneurship. Cette richesse dans la littérature nous oblige, malheureusement, à ne choisir que certains travaux pour les présenter ici sans que ceci ne soit considéré comme une critique pour le reste des travaux.

Passer en revue ces modèles nous aide à saisir les différentes variables utilisées par les auteurs pour expliquer le phénomène de corporate entrepreneurship, ce qui nous sera très utile dans le chapitre deux de notre recherche.

### 1.6.1. Modèle de CE proposé par Guth et Ginsberg (1990)

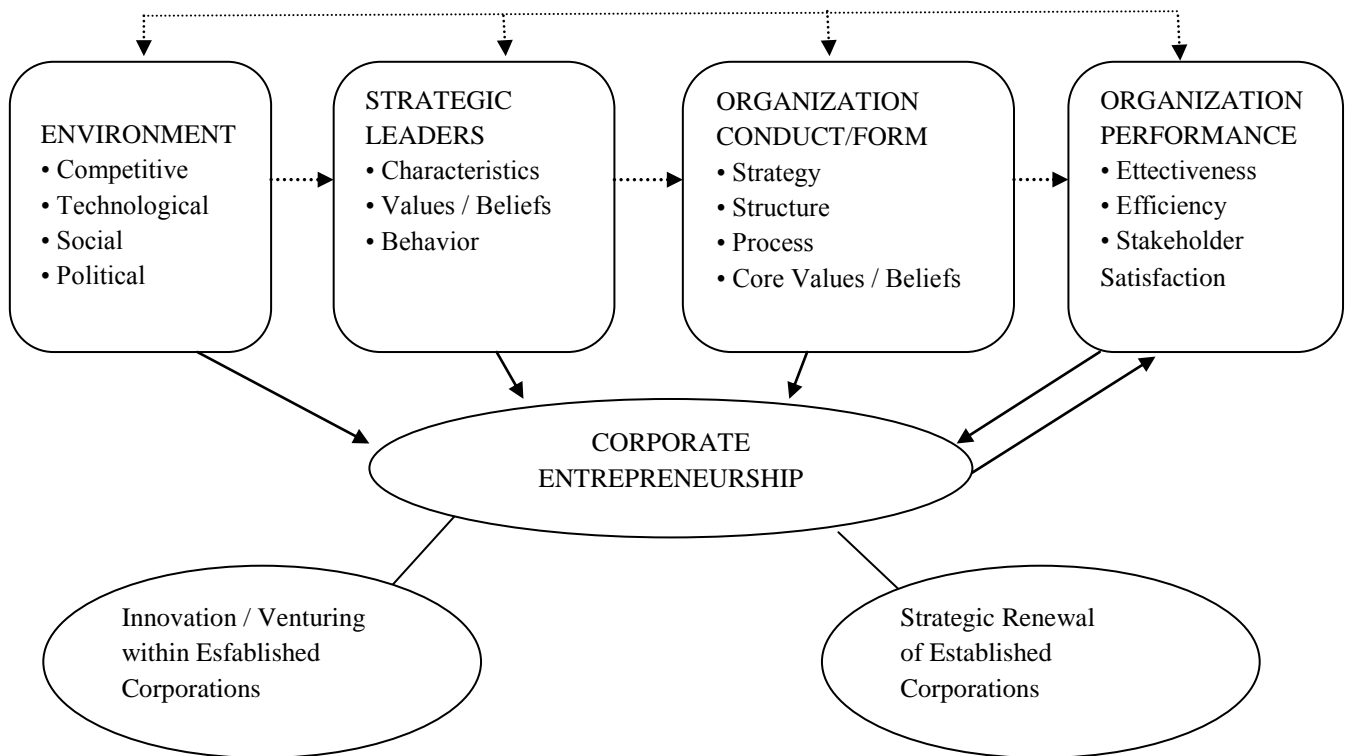
Comme nous l'avons mentionné précédemment, le travail de Guth et Ginsberg (1990) est reconnu pour être un article d'une grande importance dans le champ du corporate entrepreneurship. Un des principaux apports de ce travail fut la proposition d'un modèle explicatif du corporate entrepreneurship (figure 1).

Selon Guth et Ginsberg (1990, p. 7-8), le corporate entrepreneurship, mesuré par le lancement des nouvelles activités au sein de l'organisation et par le renouvellement organisationnel, est influencé par trois catégories de variables :

- **Les variables environnementales :** Les changements dans la structure compétitive, les technologies utilisées où encore dans la composante sociale et politique dans l'environnement créent souvent de nouvelles opportunités d'affaires. Ceci affecte positivement la pratique de corporate entrepreneurship, étant donné que cette dernière se base principalement sur l'exploitation des possibilités d'amélioration dans le but de devancer les concurrents.
- **Les variables individuelles (managériales) :** Les caractéristiques, les valeurs, les croyances, la vision où encore les comportements des leaders influencent profondément l'adoption des pratiques entrepreneuriales au sein des organisations. En effet, des dispositions spécifiques au niveau de la personnalité du leader de l'entreprise, sont nécessaires pour la mise en œuvre d'une telle pratique. Dans ce cadre, des dirigeants bureaucratiques, par exemple, auront beaucoup de mal à insérer une pratique de CE au niveau de leurs entreprises.

- **Les variables organisationnelles :** La stratégie, la structure, les processus internes, les valeurs ou encore le style de management, exercent une influence sur le corporate entrepreneurship. Ceci s'explique par le fait qu'il est indispensable, comme nous l'avons mentionné déjà, de concevoir, dans un premier temps, un système de soutien interne capable de promouvoir l'innovation interne. Ce système est constitué, dans sa majorité, des variables organisationnelles telles que la structure, les processus, les compétences, le style de management,... etc.

**Figure 1 :** Modèle de CE proposé par Guth et Ginsberg (1990)



Source : Guth et Ginsberg (1990, p. 7)

### 1.6.2. Modèle de CE proposé par Antoncic et Histrish (2001)

Inspirés du modèle proposé par Zahra (1991), Antoncic et Histrish (2001) proposent un modèle (Figure 2) qui regroupe uniquement les variables environnementales et organisationnelles excluant ainsi l'impact des variables liées aux individus sur l'adoption du corporate entrepreneurship au niveau de l'entreprise.

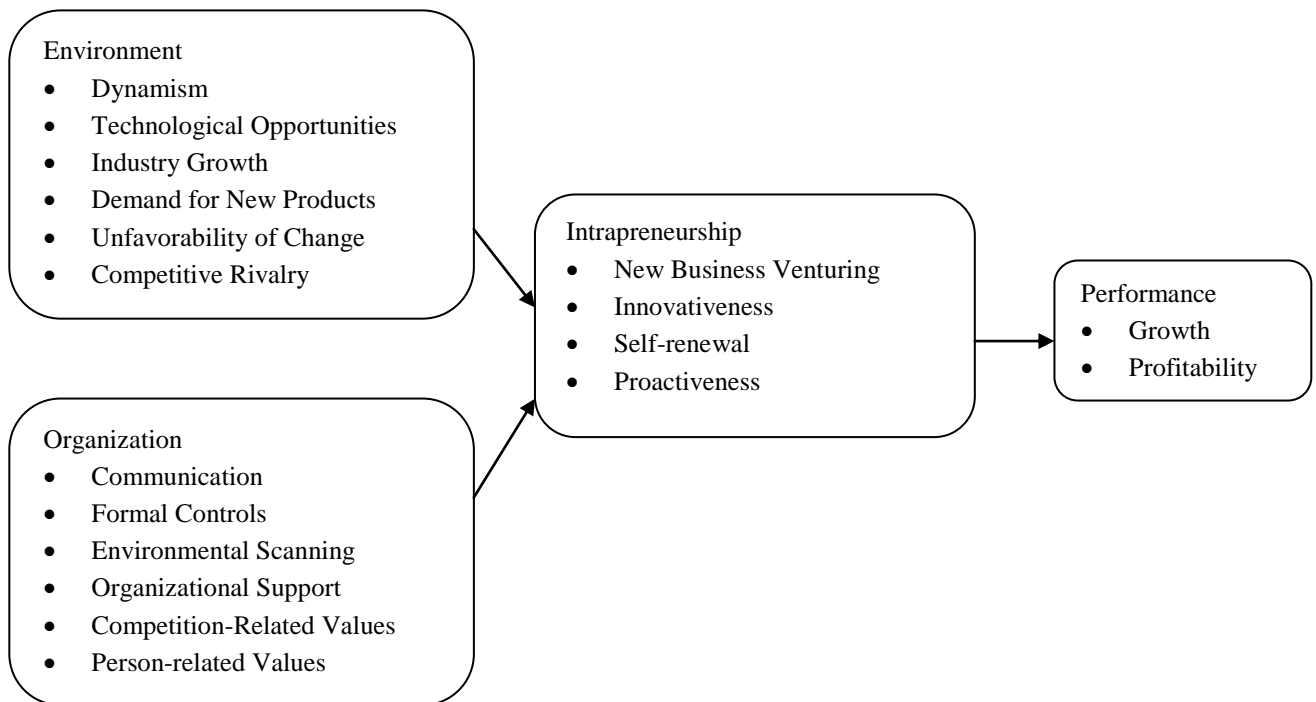
Ce modèle représente, à priori, une réduction du modèle de Guth et Ginsberg (1990) en se focalisant uniquement sur l'influence de l'environnement et de l'organisation sur le CE. Toutefois, la concentration sur ces deux axes a permis de mieux développer leurs contenus respectifs. Ainsi, les variables appartenant à la catégorie environnementale et organisationnelle ont pu être développées par rapport à ce qui était déjà connu.

- **Les variables organisationnelles :** Pour Antoncic et Histrish (2001, p. 502), les caractéristiques organisationnelles influencent l'intensité de corporate entrepreneurship au

sein d'une entreprise. Ces caractéristiques concernent la quantité et la qualité des informations partagées au sein de l'entreprise à travers les structures de communication interne, les mécanismes de contrôle et de supervision des activités entrepreneuriales internes, l'intensité et la fréquence de l'analyse de l'environnement, l'implication, l'encouragement et le soutien du top management pour les activités de corporate entrepreneurship ainsi que les valeurs partagées au sein de l'organisation (Antoncic et Histrish, 2001, p. 502)

- **Les variables environnementales :** Le changement technologique et la dynamique qui caractérisent l'environnement d'activité de l'entreprise, la croissance perçue du secteur d'activité ou de la demande sur de nouveaux produits ainsi que l'hostilité perçue de l'environnement en matière de difficulté de changement ou de degré élevé de la concurrence influencent positivement la pratique de corporate entrepreneurship au sein d'une entreprise (Antoncic et Histrish, 2001, p. 503-504)

**Figure 2 :** Modèle de CE proposé par Antoncic et Histrish (2001)



Source : Antoncic et Histrish, 2001, p. 505

### 1.6.3. Modèle de CE proposé par Chen, Zhu et Anquan (2005)

Ce modèle (figure 3) proposé par Chen et *al.* (2005) se distingue par rapport aux autres modèles par et plus précisément par rapport à celui d'Antoncic et Histrish (2001) par deux principaux éléments :

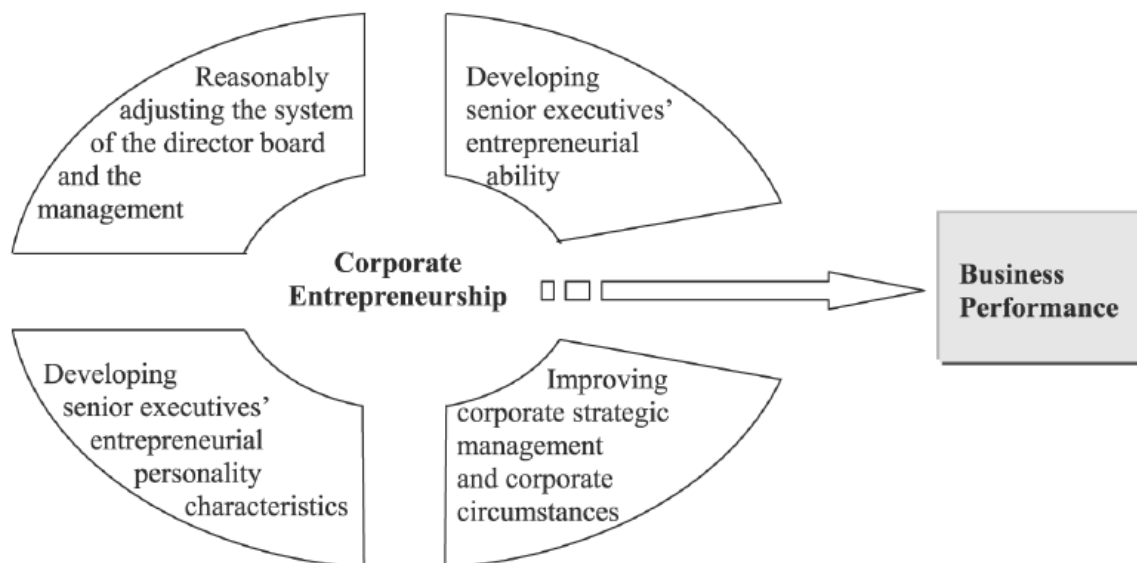
- La concentration sur l'aspect individuel, et plus précisément sur le top management comme étant la variable principale qui influence la pratique de corporate entrepreneurship.

- Le contexte culturel du modèle qui est adapté aux spécificités des grandes entreprises chinoises

Pour les facteurs qui contribuent à cultiver le corporate entrepreneurship au niveau de l'entreprise, ils se divisent, selon Chen *et al.* (2005, p. 540-541), en quatre catégories :

- **Système de la direction de bord et du management :** (1) séparation du PDG de la direction de bord, (2) utilisation d'un système de stock options pour rémunérer les managers du niveau supérieur ainsi que (3) les directeurs externes.
- **Habilité entrepreneuriale des managers du niveau supérieur :** (1) résistance aux incertitudes, (2) détection et évaluation des opportunités ou encore (3) l'apprentissage suite aux échecs.
- **Personnalité entrepreneuriale des managers du niveau supérieur :** (1) L'auto-efficacité (self efficacy), (2) autonomie
- **Management stratégique et management des circonstances au sein de l'entreprise :** (1) Participation du staff dans la formulation de la stratégie, (2) flexibilité de la stratégie, (3) Contrôle financier, (4) stratégie de corporate entrepreneurship, (5) structures plates, (6) existence d'un département d'innovation et la culture d'innovation

**Figure 3 :** Modèle de CE proposé par Chen, Zhu et Anquan (2005)



**Source :** Chen *et al.* (2005, p. 540)

## Section 2 : Le corporate entrepreneurship au niveau des petites et très petites entreprises

Bien qu'une bonne partie de la littérature en corporate entrepreneurship se soit intéressée au cas des grandes entreprises, cela ne veut pas dire forcément que cette pratique est réservée pour ce type d'entreprises uniquement. Ireland et *al.* (2001, p. 51) et Knight (1997, p. 215) indiquent clairement que le corporate entrepreneurship est une pratique valable et applicable pour toute entreprise quelle que soit sa taille et quel que soit son type. Carrier (1996, p. 16) considère même que les petites entreprises sont des incubateurs idéaux pour les projets de corporate entrepreneurship en raison de leur structure simple.

### 2.1. Importance de la pratique entrepreneuriale pour la petite et très petite entreprise

En possédant l'avantage en matière de ressources et d'expérience, les grandes entreprises représentent un milieu favorable pour l'innovation et le développement. Toutefois, ceci n'empêche pas les petites et très petites entreprises de posséder aussi leurs propres points forts tels que :

- La structure simple (Carrier, 1996, p. 16) qui facilite l'implantation des pratiques entrepreneuriales sans avoir à gérer des conflits d'autorité ou de hiérarchie,
- La position du propriétaire qui est aussi dirigeant de l'entreprise. Ceci implique que le développement devient un objectif prioritaire, orientant ainsi l'attention et l'intérêt du propriétaire/manager vers le corporate entrepreneurship (Zahra et *al.*, 2000, p. 967),
- La croissance rapide accompagnée souvent de changements industriels (Evans et Leighton, 1989, p. 519)

D'un autre côté, ce que nous avons évoqué jusqu'à maintenant concernant le corporate entrepreneurship est valable pour la grande entreprise comme il est valable plus ou moins pour la petite et très petite entreprise. Les apports de la CE en matière de performance, avantage compétitif,... demeurent les mêmes malgré la différence en matière d'intensité et de fréquence.

En plus de ces apports, l'importance du corporate entrepreneurship dans les petites et très petites entreprises résulte aussi du fait que pour gagner un avantage et exercer une influence importante sur le marché, ces entreprises ne peuvent pas se passer du développement et de la croissance, ce qui semble dans ce cas la meilleure démonstration du comportement entrepreneurial pour ces firmes (Ferreira et Azevedo, 2008, p. 83). Le cas de plusieurs grandes entreprises telles que Hewlett-Packard, Levi-Strauss, 3M...qui étaient un jour des petites entreprises innovantes et qui ont grandi avec la pratique entrepreneuriale, illustre parfaitement le rôle important que joue le corporate entrepreneurship dans le développement des petites entreprises (Barrett et *al.*, 2000, p. 50).

Le corporate entrepreneurship peut aussi contribuer à améliorer la culture d'encouragement et de support au sein des entreprises petites de taille (Ireland et *al.*, 2001, p. 54) en développant des valeurs d'innovation, de recherche d'opportunités, de prise de risque et de valorisation

d'idées. Cette culture entrepreneuriale prépare un milieu favorable pour la poursuite des objectifs de développement et de croissance.

## 2.2. Adoption du corporate entrepreneurship au sein de la petite et très petite entreprise

Comme évoqué auparavant, l'adoption du corporate entrepreneurship au sein d'une entreprise est influencée par une multitude de variables environnementales, organisationnelles et individuelles. L'impact de ces variables varie en fonction du type d'entreprise en question. En effet, nous ne pouvons pas parler, par exemple, de l'impact des mécanismes de contrôle, variable utilisée par d'Antoncic et Histrish (2001), ou encore de l'impact des structures plates, variable utilisée par Chen et *al.* (2005) sur l'adoption du corporate entrepreneurship dans la petite ou très petite entreprise. Dans ce cas, il est nécessaire de déterminer le principal facteur influençant la décision de s'engager dans une activité de corporate entrepreneurship au niveau de ce type d'entreprise en se basant sur ces principales caractéristiques.

Dans son article célèbre « *Strategy-Making in Three Modes* », Mintzberg (1973) identifie trois modes existants en matière de formulation de stratégie et de prise de décision, parmi lesquels il cite le « *mode entrepreneurial* ». D'après le même auteur (1973, p. 44-46), ce mode est caractérisé par :

- Un leader fort et charismatique qui prend des actions courageuses et risquées au nom de son organisation,
- Une recherche active des nouvelles opportunités,
- Une autorité centralisée et monopolisée par le dirigeant,
- Une fermeté dans la gestion, de la part du dirigeant, appuyée principalement sur le pouvoir personnel et le charisme,
- Une stratégie orientée sur la base de la vision du leader,
- Une priorité accordée à l'objectif de croissance et de développement,
- Des objectifs identiques

Le profil de la personne charismatique et puissante qui monopolise la décision, l'autorité et le contrôle correspond clairement au profil du propriétaire/dirigeant que nous trouvons au niveau de la petite et très petite entreprise comme le souligne Mintzberg (1973, p. 49) « *Clearly, these conditions are most typical of organizations that are small and/or young* ». Ceci met le point sur l'importance du dirigeant/propriétaire dans la petite et très petite entreprise étant donné qu'il contrôle son orientation, ses objectifs et son comportement. Dans ce cas, la petite ou très petite entreprise n'est qu'une simple extension de son dirigeant propriétaire (Lumpkin et Dess, 1996, p. 137)

Ainsi, l'adoption d'une activité de corporate entrepreneurship au sein de cette catégorie d'entreprises dépend principalement de la décision de son dirigeant qui est au même temps son propriétaire. Dans ce cas, le développement devient un choix pour le dirigeant et non pas un phénomène qui se déclenche tout seul au niveau de l'entreprise comme le soulignent Sexton et Bowman-Upton (1987, p. 82, cité par Covin et Slevin 1991, p. 15) « *Growth is not a natural phenomenon which occurs in and of itself ; it is a social phenomenon which is under the control of the owner of the firm* »



Nous pouvons considérer, alors, le dirigeant/propriétaire comme le principal instigateur et cultivateur de la pratique entrepreneuriale au sein de la petite et très petite entreprise. Autrement dit, la posture entrepreneuriale de la petite et très petite entreprise dépend du comportement et des choix de son propriétaire.

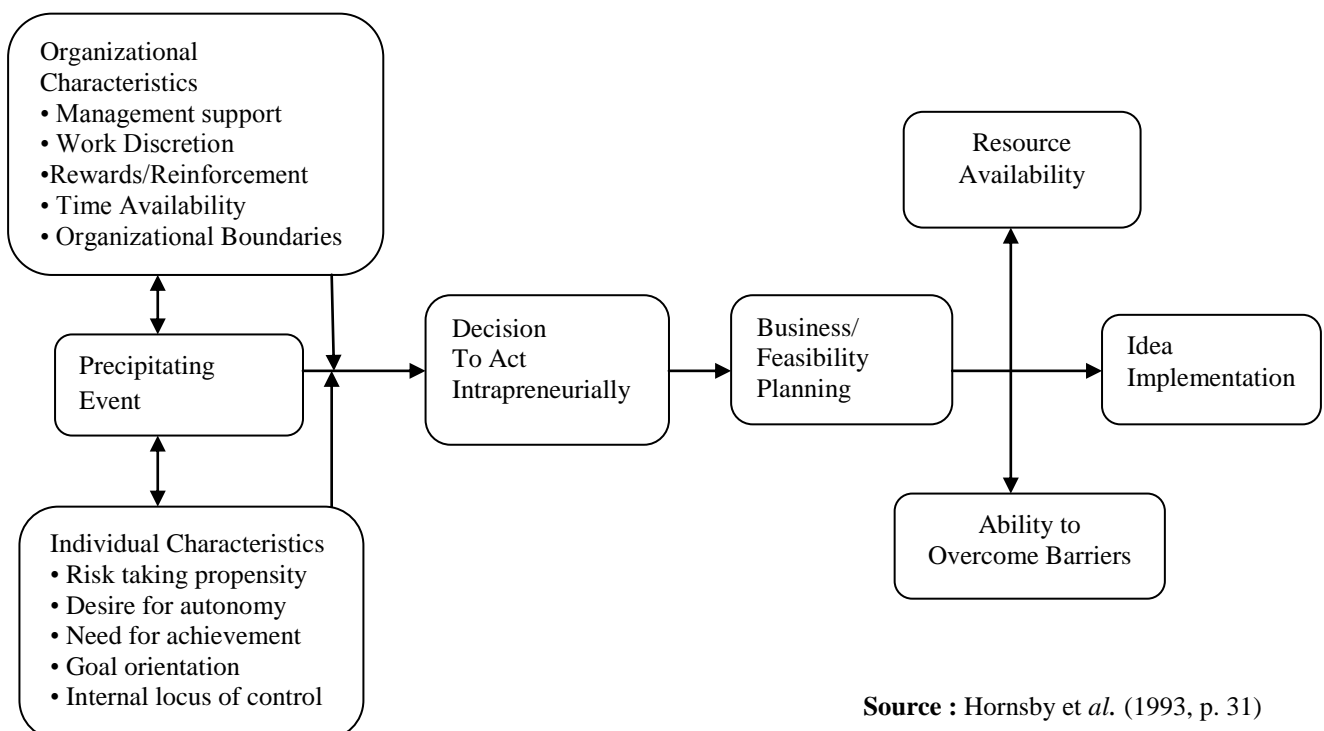
### 2.3. Processus d'émergence de la pratique entrepreneuriale au niveau de la petite et très petite entreprise: logique de décision et logique d'action

Comme nous l'avons vu précédemment, l'implantation d'une pratique de corporate entrepreneurship au sein de la petite ou très petite entreprise dépend du comportement de son propriétaire qui est aussi son dirigeant. Logiquement, ce comportement, étant donné l'importance de ses enjeux passe, d'abord, par une phase de décision, avant de se transformer en action (Emin, 2003, p. 77).

Cette phase de décision est décrite par Emin (2003, p. 82), comme étant « *un processus mental ou cognitif tourné vers l'action dans la mesure où la décision est la condition du changement de comportement.* ». En d'autres mots, avant que le comportement se concrétise et se transforme en action, il passe par une étape où l'individu réfléchit, récolte des informations et prend une décision. Ceci dit qu'avant sa mise en œuvre, le comportement de l'individu est étudié et planifié.

En s'appuyant sur cette logique de décision suivie d'action, Hornsby et al. (1993) ont développé un modèle de corporate entrepreneurship (figure 4) illustrant, non seulement, la phase de décision et la phase d'action mais aussi les éléments qui influencent le corporate entrepreneurship durant ces deux phases.

**Figure 4 :** Processus d'émergence du corporate entrepreneurship proposé par Hornsby, Naffziger, Kuratko et Montagno (1993)



Source : Hornsby et al. (1993, p. 31)

Selon ce modèle, la décision d'agir d'une façon entrepreneuriale au sein d'une entreprise est la résultante de la cumulation des facteurs individuels et organisationnels ainsi que la présence d'un événement déclencheur. Cette décision se concrétise par une action d'implémentation de l'idée suite à une étude de faisabilité.

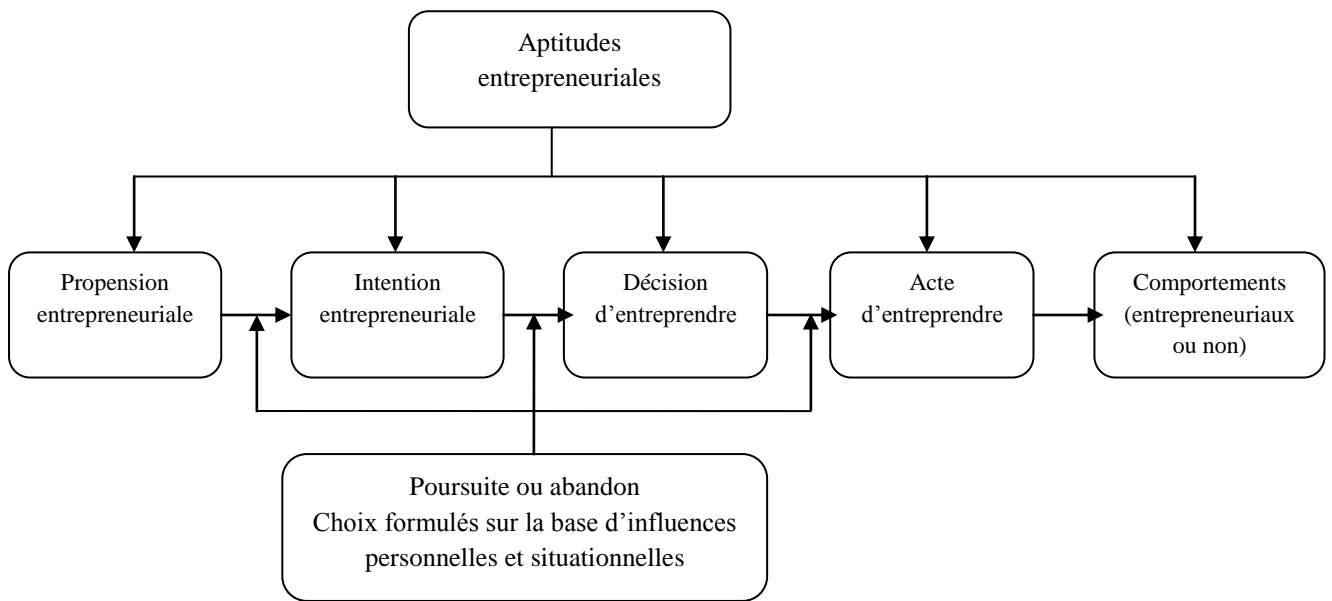
Cependant, ce modèle est adapté, plus ou moins au cas où l'acteur principal du corporate entrepreneurship est l'employé, ce qui explique la présence des variables telles que le support managérial (managerial support), récompenses (rewards/reinforcement) ou encore le désir d'autonomie (Desire for autonomy). Hors, ceci n'est pas le cas pour les petites et très petites entreprises où le dirigeant/propriétaire est l'acteur principal du corporate entrepreneurship. En plus, le processus décision/action du corporate entrepreneurship manque de détails dans sa conception.

Du coup, le processus proposé dans ce modèle n'est pas complètement valable pour les petites et très petites entreprises. Cependant, il peut être amélioré et détaillé encore plus, en s'inspirant des travaux sur le processus entrepreneurial dans le cas de création d'entreprises. Ceci est possible étant donné que le comportement entrepreneurial individuel (création d'entreprise) et le comportement entrepreneurial au sein de l'organisation (corporate entrepreneurship) se ressemblent dans le cas de la petite et très petite entreprise. Cette ressemblance concerne principalement la phase de la formulation de la décision vu que le dirigeant/propriétaire ou le créateur d'entreprise sont, tous les deux, face à un choix qui peut améliorer leur bien être. Ils contrôlent son implémentation mais pas ses résultats qui restent tout de même incertains.

Dans sa conception du processus entrepreneurial (figure 5), Tounès (2003, p. 47-49) identifie cinq phases :

- **La propension entrepreneuriale** : Elle renvoie à la prise de conscience de l'existence de l'entrepreneuriat comme un choix possible sous l'influence, notamment, de l'environnement, du milieu familial, des formations et expériences précédentes en entrepreneuriat. Ainsi, l'entrepreneuriat est perçu par l'individu comme étant une option possible.
- **L'intention entrepreneuriale** : Elle renvoie à la formalisation complète ou partielle d'une idée d'entrepreneuriat et à la recherche d'informations nécessaires à l'évaluation de cette idée.
- **La décision d'entreprendre**: Il s'agit de formaliser définitivement l'idée et mobiliser les ressources nécessaires à sa mise en œuvre.
- **L'acte d'entreprendre** : Phase de concrétisation de la décision prise et de démarrage de l'activité de l'entreprise
- **Les comportements**: Comportement entrepreneurial au sein de l'organisation créée (corporate entrepreneurship)

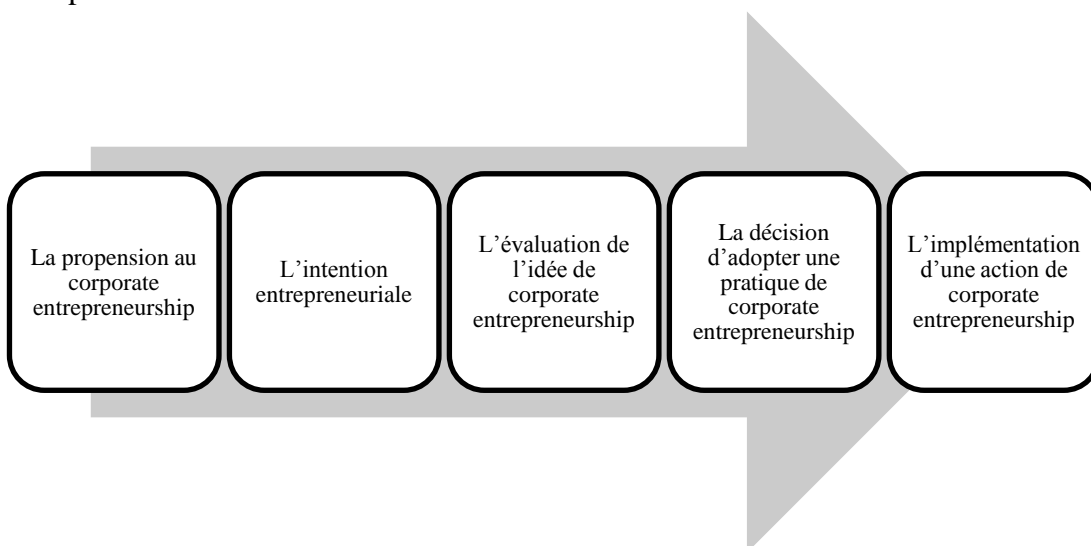
**Figure (5):** Les différentes phases du processus entrepreneurial



Source : Tounès (2003, p. 47)

En s’inspirant des deux conceptions précédentes et en se basant sur la caractéristique principale des très petites entreprises, à savoir la monopolisation de la décision et de l’autorité, au sein de ce type d’entreprises, entre les mains du propriétaire dirigeant (mode entrepreneurial), nous considérons que le processus du corporate entrepreneurship au sein d’une petite ou très petite entreprise peut prendre la forme suivante :

**Figure 6 :** Processus de corporate entrepreneurship au sein des petites et des très petites entreprises



Source : Figure préparée par nos soins

Le processus de corporate entrepreneurship au sein des petites et très petites entreprises débute par la phase de la propension, à savoir la prise de conscience, par le dirigeant propriétaire de l’entreprise, de l’existence d’une possibilité de s’engager dans une activité de

corporate entrepreneurship. Ensuite, cette propension se développe sous l'influence de certaines variables et passe au stade de l'intention entrepreneuriale, autrement dit, le dirigeant approuve une volonté et possède un plan pour mettre en œuvre la pratique en question. Cette volonté passe à la phase d'évaluation de l'idée entrepreneuriale. En effet, le dirigeant étudie la concrétisation de l'idée de CE en tenant compte des différents aspects liés à la rentabilité de la pratique, les moyens et les ressources à mobiliser ou encore les risques à supporter. Suite aux résultats de cette étude, le dirigeant doit prendre, désormais, la décision de s'engager ou non dans cette pratique concrétisant ainsi, ou non, l'action de corporate entrepreneurship.

#### **2.4. Etude du phénomène de corporate entrepreneurship en amont au niveau des très petites entreprises**

En examinant les travaux de recherche en corporate entrepreneurship, nous nous apercevons que la mesure du CE au niveau des entreprises se basait souvent sur l'engagement de l'entreprise dans des actions entrepreneuriales comme le soulignent Antoncic et Histrish (2001, p. 500) : « *(the corporate entrepreneurship scale), developed and refined by Zahra (1991, 1993), is intended to measure engagement of the corporation in corporate entrepreneurship activities such as venturing, innovation, and self-renewal activities* ». Autrement dit, pour ces travaux, l'intérêt principal est porté à l'égard des entreprises ayant, déjà, concrétisé des actions de corporate entrepreneurship. De l'autre côté, les entreprises qui n'ont pas encore concrétisé des actions entrepreneuriales sont négligées, peu importe si elles approuvent une envie ou une intention de s'engager dans cette démarche ou pas. Ainsi, nous remarquons que plusieurs travaux, si ce n'est pas la majorité des travaux de recherche, dans ce champ, ont étudié le comportement de corporate entrepreneurship en aval, autrement dit, après sa concrétisation.

Hors, comme l'affirme Tounès (2003, p. 14) : « *L'entrepreneuriat ne peut se contenter d'études en aval* ». En effet, le concept de corporate entrepreneurship est un concept multidimensionnel qui résulte d'une interaction entre plusieurs activités et non pas un événement qui apparaît isolément (Hornsby et al., 1993, p. 35) d'où l'importance de l'étudier dans ses différentes phases d'apparition et plus précisément dans sa phase d'intention comme le souligne Emin (2003, p. 93) : « *dès lors que l'on cherche à mieux comprendre les logiques d'action, l'étude de l'intention se révèle être une perspective de recherche capitale* »

La valeur ajoutée du processus, que nous avons présenté, concernant l'émergence du corporate entrepreneurship au niveau des petites et très petites entreprises, consiste, justement, en l'identification de plusieurs phases qui précèdent la concrétisation de l'action au niveau de l'entreprise. Bien qu'il existe, certes, de la complexité et même un certain mystère concernant le passage entre ces différentes phases, ceci n'empêche que « *l'intention offre une perspective de recherche intéressante en ce qu'elle lie la logique mental et la logique d'action, l'intention prédisant le passage à l'acte* » (Emin, 2003, p. 129).

Dans cette étude, nous nous intéresserons à la phase de l'intention entrepreneuriale des dirigeants des très petites entreprises (TPE), autrement dit, leur comportement entrepreneurial en amont. Ceci nous permettra, dans un premier temps, de déceler parmi les dirigeants de TPE, ceux qui détiennent des projets de corporate entrepreneurship et manifestent l'intention

de les concrétiser ce qui nous donnera une base pour prédire les comportements futurs (Tounès, 2003, p.64). En plus, cela nous permettra de déterminer les facteurs exerçant une influence sur cette intention. Autrement dit, les variables qui contribuent à l'apparition d'une intention entrepreneuriale chez les dirigeantes des très petites entreprises. Ceci s'avère très important dans la mesure où nous pourrions détecter les blocages, au niveau des dirigeants, qui empêchent l'existence d'une intention de corporate entrepreneurship. Ainsi, il se peut que nous puissions agir sur ces éléments pour créer une intention entrepreneuriale chez les dirigeants des TPE.

## **2.5. Utilisation de la psychologie sociale**

Dans ce travail nous nous concentrons sur l'étude de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE. Ceci renvoie à l'étude d'un comportement humain en amont. Dès lors, il convient d'utiliser un outil adapté à la l'étude de la nature humaine.

Dans ce cadre, la psychologie sociale est reconnue pour avoir été utilisée plusieurs fois par les chercheurs en entrepreneuriat ayant étudié l'intention entrepreneuriale des individus (Krueger et Carsrud, 1993 ; Raijman, 2001 ; Tounès, 2003 ; Wilson et *al.*, 2007 ; Fayolle et Gailly, 2009 ; Boissin et *al.*, 2009). Cet usage de psychologie sociale est complètement justifié du moment où l'entrepreneuriat est fondé sur la sociologie, l'économie et la psychologie (Ireland, 2001, p. 51).

En plus de l'usage de la psychologie sociale et en raison de l'approche prospective que nous utilisons dans ce travail, nous serons amenés à utiliser un modèle hypothético-déductif combiné à une approche quantitative. Ceci renvoie, selon Tounès (2003, p. 211), à « *déterminer si les variables explicatives possèdent bien les propriétés et les relations anticipées par le modèle.* ». Dans cette optique, nous concevrons, dans un premier temps, un modèle contenant les variables susceptibles d'expliquer l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE puis nous procéderons, ensuite, à une étude de validation empirique.

### **Conclusion du chapitre**

A travers ce premier chapitre nous avons pu explorer le corporate entrepreneurship dans ses diverses formes. Cette diversité rend l'étude du phénomène dans sa globalité une mission très difficile, obligeant ainsi les chercheurs à s'intéresser à certains aspects tout en négligeant d'autres. D'un autre côté, elle ouvre la porte à la contribution des autres disciplines telles que la gestion, la psychologie ou encore la sociologie, chacune avec sa propre logique et ses propres outils.

Notre choix s'est porté sur l'étude d'une forme spécifique de corporate entrepreneurship, celle du rajeunissement organisationnel, que nous estimons être la forme la plus appropriée pour les très petites entreprises qui constituent la population ciblée au cours de ce travail. De plus, nous avons estimé nécessaire d'étudier cette pratique en amont et plus précisément dans sa phase d'intention afin de mieux comprendre ses origines. Ainsi, nous nous attachons, dans une perspective prédictive, à comprendre et à expliquer l'influence de facteurs individuels et contextuels sur l'intention entrepreneuriale des dirigeants des très petites entreprises pharmaceutiques en mobilisant des outils relatifs à la psychologie sociale.

Dans ce cadre, l'objectif du chapitre suivant est de présenter le concept d'intention entrepreneuriale et d'étudier ses origines à travers la théorie du comportement planifié. Ceci nous permettra de concevoir un modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de très petites entreprises du secteur de la pharmacie en Algérie.

**CHAPITRE 2 – CONCEPTION D’UN MODELE  
DE L’INTENTION ENTREPRENEURIALE DES  
DIRIGEANTS DE TPE**

## Introduction du chapitre

« Comment exclure l'intention et le sujet dans le champ de l'entrepreneurship ? »

(Bruyat, 1993, p. 144)

Tout ce que nous avons évoqué jusqu'à maintenant concernant le corporate entrepreneurship, ses apports pour l'entreprise, et plus précisément pour la petite entreprise est intéressant. Cependant, une question s'impose : Pourquoi s'intéresser à l'étude de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE au lieu de se focaliser sur le comportement entrepreneurial de ces derniers? Autrement dit, pourquoi introduire ce concept d'intention au lieu d'analyser directement ce qui se passe réellement sur le terrain ? La réponse à cette interrogation est primordiale pour la suite de notre travail.

L'existence de l'intention comme une phase en amont du comportement dépasse le simple cadre de l'entrepreneuriat. Bugental (1980, p. 57), dans son article « *The Far Side of Despair* », y va même jusqu'à associer son absence du processus psychologique à des désordres schizophréniques qui paralysent fortement la force de vie et qui peuvent même provoquer des états de dépression profonde. Dans le champ de la psychosociologie, les travaux d'Icek Ajzen se démarquent particulièrement par rapport aux autres. Précurseur de la « *Reasoned action theory* » puis de la « *Theory of planned behavior* », ce psychologue américain a fortement contribué à la compréhension du concept de l'intention, de ses origines ainsi que son rapport avec le comportement. Son approche est basée sur une idée centrale; « *the immediate antecedent of any behavior is the intention to perform the behavior in question* » (Ajzen et Madden, 1986, p. 454). En d'autres termes, l'intention de l'individu prédit le comportement. Plus forte est cette dernière, plus grande sera la probabilité que le comportement sera effectivement réalisé (Ajzen et Madden, 1986, p. 454). Nous remarquons, ainsi, qu'il est difficile de dissocier l'étude du comportement de celle de l'intention étant donné que cette dernière précède la réalisation du comportement humain.

Le comportement entrepreneurial est, tout comme tout autre comportement humain, concerné par cette approche (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000, p. 425). Il est précédé par une intention comme le soulignent ces propos tenus par Rajzman (2001, p. 394) : « *Becoming an entrepreneur is like setting out for a journey. One must make the decision to go, where to go, and how to get there, before one begins the trip* ». Cette métaphore compare l'entrepreneuriat à un voyage dont le commencement s'effectue sur la base d'une décision d'engagement, du choix de la destination et de la façon d'y parvenir. Elle met l'accent sur l'importance de la phase de formulation de la décision entrepreneuriale. Dans la même optique, Krueger et al. (2000, p. 414) voient que l'étude de l'intention augmente la capacité des chercheurs à expliquer et à prédire le comportement entrepreneurial.

En plus de son rôle prédictif du comportement entrepreneurial, l'intention entrepreneuriale offre aux chercheurs la possibilité « *d'identifier à quels niveaux peuvent se situer d'éventuels blocages à l'esprit entrepreneurial.* » (Boissin et al., 2009, p. 30). En effet, la détermination de ces blocages constitue une phase indispensable avant la mise en place de quelconques mesures visant à cultiver et/ou à encourager l'acte entrepreneurial tels que les programmes de



formation en entrepreneuriat, les systèmes d'appui au développement ou encore les programmes de mise à niveau des entreprises.

L'exposé présenté jusque-là témoigne de l'importance de l'intention comme un concept central dans la recherche en entrepreneuriat et plus précisément dans le cadre de la création d'entreprise, où il a été largement étudié (Krueger et Carsrud, 1993 ; Raijman, 2001 ; Tounès, 2003 ; Wilson, Kickul et Marlino, 2007 ; Fayolle et Gailly, 2009 ; Boissin et *al.*, 2009). De même, ce concept contribue fortement à l'explication de comportements dans la perspective du corporate entrepreneurship. En effet, pour Bird (1988, p. 444), les intentions des jeunes créateurs d'entreprise déterminent la forme et la direction d'une organisation à ses débuts. Elle considère que le succès organisationnel, le développement, la croissance et le changement sont tous des comportements basés sur des intentions qui sont, soit élaborées, incarnées, ou transformées. Ainsi, nous pouvons dire que le cadre de l'intention entrepreneuriale n'est pas réservé uniquement à la création d'entreprise étant donné que l'entrepreneuriat inclut d'autres formes telles que le corporate entrepreneurship.

Dans ce chapitre, nous procéderons dans un premier temps à la définition du concept de l'intention ainsi que ses différentes composantes. Ensuite, nous passerons à la présentation de la théorie du comportement planifié comme cadre de référence théorique dans l'étude des antécédents de l'intention. Au final, nous élaborerons le modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur de la pharmacie.

## Section 1 : L'intention entrepreneuriale comme prédicteur du comportement

Il convient, tout d'abord, de définir le concept de l'intention et de délimiter le cadre de son utilisation au cours de ce travail. Mobilisé dans les champs de la psychologie des sciences juridiques, ce concept s'est vu attribué une multitude de définitions reflétant le contexte dans lequel il était utilisé ainsi que l'approche employée. Un large panel de définitions évoque le concept de façon différente.

Pour Tubbs et Ekeberg (1991, p. 181), l'intention peut être assimilée à la structure cognitive du plan d'action que l'individu doit employer pour atteindre un objectif. Cette définition met l'accent, non seulement, sur le caractère cognitif de l'intention mais aussi sur ses composantes, à savoir l'objectif visé et le moyen à utiliser pour l'atteindre. Krueger et Carsrud (1993, p. 322) partagent cette vision et proposent une définition très proche « *Intentions are a cognitive structure including both goals (ends) and plans (means), though goals typically crystallize in subjects' minds before the plans to reach the goals* ». D'autres auteurs proposent, aussi, des définitions similaires telles que Warshaw et Davis (1985, p. 214) ou encore Bird (1988, p. 442).

Cette approche de l'intention est confrontée à plusieurs critiques. D'un côté, même si la relation est forte entre la planification et l'intention, les individus peuvent formuler des plans (objectifs-moyens) qu'ils n'adoptent jamais. L'engagement envers l'action détermine la planification (Cohen et Levesque, 1990, p. 215). D'un autre côté, d'autres auteurs envisagent l'intention plutôt comme un attachement individuel vis-à-vis du comportement. Ceci lui confère un caractère davantage subjectif que celui d'une représentation cognitive. Tel est le point de vue d'Ajzen (1991, p. 181). En effet, « *Intentions are assumed to capture the motivational factors that influence a behavior; they are indications of how hard people are willing to try, of how much of an effort they are planning to exert, in order to perform the behavior* ». Il décrit, ainsi, l'intention comme le degré d'effort que l'individu est prêt à fournir afin de réaliser le comportement, autrement dit, la volonté de l'individu, son attachement ou même son acharnement par rapport à la mise en œuvre de l'action qu'il planifie. Dans cette perspective, Boyd et Vozikis (1994, p. 66) considèrent aussi que l'intention reflète la volonté de l'individu pour la poursuite d'un comportement donné.

En synthétisant les deux courants précédents, un troisième courant de définitions se dégage. Celui-ci définit l'intention par deux dimensions, à savoir la représentation cognitive à caractère planificateur et la volonté individuelle. Cohen et Levesque (1990, p. 220) considèrent que l'intention spécifie le choix de l'agent et la manière de s'y engager. A son tour, Tounès (2003, p. 58) considère que « *L'intention reflète un moment historique en amont du processus entrepreneurial. Elle l'influence et se voit influencée par lui. Elle est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique* ». D'après Haggard (2005, p. 290) l'intention est un concept qui couvre plusieurs processus distincts au sein de la chaîne de traitement de l'information et qui traduit les désirs et les buts liés au comportement.

Pour notre part, nous nous joignons à ce troisième courant. Ainsi, nous considérons que l'intention est une volonté individuelle imbriquée au sein d'un processus cognitif. Cependant,

il convient de noter que le concept d'intention reste tout de même difficile à définir avec exactitude à cause de sa nature psychologique. « *Les mots ne manquent pas pour qualifier l'intention* » comme le souligne Bruyat (1993, p. 244). Il cite la finalité (motifs), la préférence, le but (ambitions, cibles, désirs, visée, dessein, fin, rêves), objectif (résultats), aspiration (souhaits, ambitions, prétentions), projet... Il n'en demeure pas moins que nous examinons les sens de ce concept dans le champ de l'entrepreneuriat.

### 1.1. Définition de l'Intention Entrepreneuriale

A première vue, nous pouvons dire que l'intention entrepreneuriale est une volonté individuelle imbriquée au sein d'un processus cognitif correspondant à l'engagement dans un comportement entrepreneurial. Cette approche plus ou moins floue a été utilisée par certains auteurs à l'instar de Boyd et Vozikis (1994, p. 66). Ces deux là, considèrent que l'intention entrepreneuriale intègre des facteurs contextuels et des caractéristiques personnelles dans un cadre qui explique les raisons qui poussent certaines personnes à s'engager dans un comportement entrepreneurial.

Cette définition laisse persister un doute sur le sens du comportement entrepreneurial. Ceci peut expliquer la multitude de définitions de l'intention entrepreneuriale. Celles-ci sont différentes, voire contradictoires, car chacune d'elle mobilise sa propre vision du comportement entrepreneurial. Les différences dans les définitions ne résident pas dans le sens du terme intention mais plutôt dans la nature du comportement entrepreneurial (création d'entreprise, corporate entrepreneurship,...). La diversité paradigmatique et la multi dimensionnalité de ce dernier affectent le concept d'intention créant de la sorte une variété d'approches.

#### 1.1.1. L'intention entrepreneuriale comme désir de création d'une nouvelle entreprise

Cette approche a été plusieurs fois exploitée dans la littérature et plus précisément dans les travaux de recherche qui se sont intéressés au phénomène de création d'entreprise. En raison des similitudes entre les définitions proposées dans ce cadre, nous nous limitons à quelques unes parmi les plus récentes.

Pour Thompson (2009, p. 676), l'intention entrepreneuriale peut être définie par une conviction auto-reconnue et consciemment planifiée par l'individu de lancer une nouvelle entreprise dans le futur. Selon cet auteur, l'intention entrepreneuriale représente l'attachement et l'engagement de l'individu par rapport à la création d'entreprise, ce qui est aussi partagée par Hmieleski et Corbett (2006, p. 48) « *Entrepreneurial intentions, for the purposes of the current study, are defined as intentions toward starting a high-growth business* » ou encore Carr et Sequeira (2007, p. 1091) « *Entrepreneurial intent is defined as those initial actions an individual takes prior to formally beginning the start-up or generating initial sales related to an on-going business* »

Bien que très utilisée dans le domaine de la création d'entreprise, cette approche présente quand mêmes certaines lacunes :

- Tout d'abord, l'entrepreneuriat est un champ plus large que la création d'entreprise, il comprend aussi d'autres formes telles que le corporate entrepreneurship. De ce fait, l'intention ne concerne pas seulement les créateurs potentiels d'entreprises mais aussi les dirigeants d'entreprises comme le souligne Emin (2003, p. 84) « *L'intention refléterait donc bien la vision des dirigeants ou des futurs entrepreneurs et en serait une de ses manifestations mentales.* ». Bird (1988, p. 443) y va dans le même sens en proposant une définition de l'intention entrepreneuriale comme un concept à double objectifs ; création de nouvelles entreprises ou création de nouvelles valeurs au sein des organisations déjà existantes. Ceci dit que le concept d'intention entrepreneuriale peut être utilisé aussi pour exprimer le désir de s'engager dans une activité de corporate entrepreneurship et que les définitions limitées au désir de création d'entreprise sont opérationnelles plutôt que globales.
- D'un autre côté, même si nous admettons la pertinence de cette approche dans le cadre de la création d'entreprise, ceci ne veut pas dire forcément que chaque création d'entreprise est précédée par une intention entrepreneuriale. En effet, dans certains cas, des entreprises sont créées afin d'exploiter une opportunité qui vient de se présenter sur le marché. Ces créations n'ont pas été, probablement, planifiées ou envisagées auparavant, mais elles sont survenues suite à un changement qui s'est produit sur le marché. Dans ce cas, l'action de création d'entreprise n'est pas précédée par une intention entrepreneuriale.

### 1.1.2. L'intention entrepreneuriale comme un désir de développement l'entreprise

De l'autre côté, nous constatons que l'intention entrepreneuriale utilisée dans le contexte d'une entreprise déjà existante, présente plusieurs similitudes avec un autre concept ; celui de la motivation de développement (Growth motivation). Ces similitudes ont poussé Jenkins et Johnson (1997, p. 897) à considérer l'intention entrepreneuriale des dirigeants/propriétaires comme un désir explicite d'augmenter les revenus et le profit de l'entreprise. Par contre, les dirigeants/propriétaires, qui expriment un désir de stabiliser le revenu et le profit de l'entreprise, possèdent des intentions non entrepreneuriales selon les mêmes auteurs. Autrement dit, pour ce courant, l'intention entrepreneuriale du dirigeant/propriétaire représente l'envie et l'engagement par rapport au développement de son entreprise. Ainsi, le développement est considéré, par Davidsson (1991, p. 407), comme le choix le plus « entrepreneurial »

Toutefois, cette approche de l'intention entrepreneuriale a ses propres points faibles. Elle ne distingue pas de manière claire et précise l'intention entrepreneuriale du dirigeant de l'intention de développement. Ceci est pourtant indispensable dans la mesure où :

- Bien qu'il soit tout à fait acceptable d'utiliser le terme « intention » pour représenter les moyens et les objectifs, il existe tout de même une certaine différence entre le moyen et l'objectif. En effet, l'intention entrepreneuriale est une intention exprimée par rapport à un moyen alors que l'intention de développement est exprimée, plus ou moins, par rapport à un objectif. L'acte entrepreneurial ne peut pas être une finalité en lui-même ! Mais il est plutôt un moyen pour atteindre un objectif fixé à savoir le gain financier ou encore la contribution sociale. En contrepartie, le développement est, souvent, considéré comme un

objectif à atteindre, même si parfois il se transforme en moyen. Cet objectif ne sera sans aucune importance si l'individu ne détermine pas le moyen nécessaire pour l'atteindre. Avec d'autres mots nous pouvons dire qu'il n'y a pas d'atteinte d'objectif de développement sans moyens comme le souligne les propos de Delmar et Wiklund (2008, p. 439) « *Unless the managers of the firm have the ability to develop suitable strategies and can spot growth opportunities, the firm will not grow irrespectively of the motivation to expand the business* ».

- L'intention de développement ne se traduit pas forcément à travers une intention entrepreneuriale. Il existe plusieurs options stratégiques pour se développer (Delmar et Wiklund, 2008, p. 439 ; Kolvereid, 1992, p. 215) et l'option entrepreneuriale ne représente qu'une seule parmi plusieurs autres.
- L'intention de développement n'est pas forcément caractérisée par l'innovation, la prise de risque et la proactivité, à savoir les trois caractéristiques du corporate entrepreneurship. Du coup, elle ne peut pas être qualifiée d'entrepreneuriale si elle ne répond pas aux critères exigés et plus précisément le critère d'innovation comme le soulignent Carland, Hoy, Boulton et Carland (1984, p. 357) « *The critical factor proposed here to distinguish entrepreneurs from non entrepreneurial managers and, in particular, small business owners is innovation* »
- L'intention entrepreneuriale des dirigeants ne se nourrit pas exclusivement des aspirations et des motivations de développement mais il se peut qu'il y ait d'autres objectifs à atteindre à travers l'acte entrepreneurial (apports du corporate entrepreneurship présentés lors du premier chapitre) et le développement ne constitue qu'un d'entre eux (Delmar et Wiklund, 2008, p. 437). Parmi ces autres objectifs nous pouvons donner l'exemple de l'objectif de pérennité de l'entreprise, surtout durant les premières années après le lancement (Bird, 1988, p. 446), l'objectif de redressement ou de renouvellement, l'objectif de qualité, l'objectif de leadership, l'objectif de réaliser un projet de vie, l'objectif de contribuer au développement de la société, l'objectif d'accomplissement...

Donc nous constatons à travers cette analyse que l'intention entrepreneuriale des dirigeants n'est pas forcément une intention de développement et l'intention de développement n'est pas forcément une intention entrepreneuriale quoiqu'il existe plusieurs similitudes entre les deux concepts.

### 1.1.3. L'intention entrepreneuriale dans le cadre de notre recherche

D'après les approches ci-dessus présentées, nous constatons que chacune d'entre elles a son propre contexte, ses propres points forts et ses propres points faibles. La multitude des formes et l'aspect multidimensionnel du concept de l'entrepreneuriat « *divide plus qu'il ne réunit* » (Tounés, 2003, p. 25), ce qui rend difficile de trouver une définition pertinente de l'intention entrepreneuriale qui englobe tous les aspects (Thompson, 2009, p. 687). Cependant, en résumant les définitions précédentes du concept et en s'inspirant de la définition de l'entrepreneur donnée par Carland et al. (1984, p. 358) ; « *An entrepreneur is an individual who establishes and manages a business for the principal purposes of profit and growth. The entrepreneur is characterized principally by innovative behavior and will employ strategic*

*management practices in the business*», nous allons essayer de proposer une acception qui sera opérationnalisée, plus tard, en fonction du contexte de notre travail.

**Nous pouvons définir l'intention entrepreneuriale comme une volonté individuelle ancrée au sein d'un processus cognitif. Caractérisée par l'innovation, la proactivité et la prise de risque, l'intention entrepreneuriale au sein d'une entreprise déjà créée traduit l'attachement et la conviction du dirigeant au développement ou au renouvellement d'une entreprise existante.**

## 1.2. Le passage de l'intention à l'action

« *By action we mean taking whatever initiatory step or steps are required to set about bringing the object of my intention into my life.* » (Bugental, 1980, p. 55)

Bugental (1980) définit, à travers ces propos, l'action comme une étape ou des étapes requises pour concrétiser réellement l'objet qui était sous forme d'intention. Malgré qu'il existe des exceptions, le point de départ d'une action est souvent une intention. Cependant, est-ce que toute intention se transforme en action ?

Bien qu'elle possède une grande capacité prédictive du comportement (Krueger et *al.*, 2000, p. 425 ; Krueger, 2007, p. 124), l'intention peut, malgré cela, ne pas se concrétiser et ainsi « *elle resterait au stade de la cognition.* » (Tounés, 2003, p. 59). En effet, il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'une prédiction en amont dont les résultats ne sont pas entièrement confirmés en raison des changements et de la dynamique de l'environnement. Ceci nous pousse à nous interroger à propos de la robustesse de la relation qui lie l'intention à l'action.

Pour, Ajzen et Madden (1986), cette question est principale dans le fondement de la théorie du comportement planifié, développée par Icek Ajzen en 1985. Dans leur article intitulé « *Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control* » publié en 1986, ils considèrent (1986, p. 455) qu'il existe trois conditions préalables pour qu'il y ait une relation forte entre l'intention et l'action :

- **Spécificité de l'intention :** Afin de prédire un comportement spécifique, il faut adopter une intention spécifique qui correspond à ce comportement. En effet, pour prédire, par exemple, un comportement tel qu'assister à un cours spécifique régulièrement, nous devons évaluer l'intention spécifique à ce comportement, à savoir, l'intention d'assister régulièrement au cours en question (Ajzen et Madden, 1986, p. 455).
- **Stabilité de l'intention :** Cette question a été déjà étudiée dans la littérature et les résultats ont confirmé que l'intention stable est un bon prédicteur du comportement (Sheeran et Abraham, 2003, cité par Delmar et Wiklund, 2008, p. 438). En effet, pour que l'intention se transforme en action, Ajzen et Madden (1986, p. 455) exigent que l'intention reste stable et ne change pas durant la période précédant sa concrétisation. Ceci nécessite, selon ces deux auteurs, que le temps soit relativement court entre l'instant où l'intention est évaluée et l'instant où le comportement est observé sinon il risque d'y avoir des événements imprévus qui peuvent changer l'intention.

- **Contrôle du comportement :** Pour que l'intention se traduise en comportement il est primordial que le comportement soit sous le contrôle de l'individu comme le souligne Ajzen (1991, p. 181) « *It should be clear, however, that a behavioral intention can find expression in behavior only if the behavior in question is under volitional control* ». Cependant, il convient de bien comprendre le sens du terme « *under control* » (sous contrôle). Pour Ajzen et Madden (1986, p. 455) le comportement peut être considéré comme entièrement sous le contrôle d'une personne si cette dernière peut décider, à sa volonté, de l'accomplir ou pas. De l'autre côté, ils considèrent que plus le comportement est conditionné par la présence des opportunités ou la possession des ressources adéquates, moins il est sous contrôle. Cette notion est strictement liée aux perceptions de l'individu, autrement dit, à son évaluation subjective.

Nous pouvons ajouter d'autres éléments à ces trois conditions telles que les facteurs environnementaux (Tubbs et Ekeberg, 1991, p. 182), le degré de robustesse de l'intention (Ajzen, 1991, p. 181) ou encore les facteurs organisationnels.

Donc, nous pouvons conclure que dans le cas où nous détectons une intention entrepreneuriale stable correspondant à un comportement entrepreneurial plus ou moins contrôlé et que nous arrivons à comprendre les facteurs qui déclenchent cette intention, nous pouvons alors prédire la réalisation d'un acte entrepreneurial durant la période à venir, voire même créer une intention entrepreneuriale chez les dirigeants/propriétaires en agissant sur les facteurs déterminants de l'intention. Une question principale pour notre recherche se dégage ici: *quelle est l'origine de l'intention ? En d'autres mots ; quels sont les facteurs et les antécédents qui expliquent l'intention ?*

## Section 2 : Cadre théorique de référence

« *A theory designed to predict and explain human behavior in specific contexts* »  
(Ajzen, 1991, p. 181)

Tels sont les termes utilisés par Ajzen (1991) pour résumer l'objectif principal de la théorie intitulée ; Théorie du Comportement Planifié (« The theory of planned behavior », figure 7) développée à la base par Icek Ajzen en 1985 et publiée pour la première fois, dans la même année, comme chapitre intitulé « *From intentions to actions: A theory of planned behavior* » dans le livre « *Action-control: From cognition fo behavior* » dont les principaux auteurs sont Julius Kuhl, Jürgen Beckmann. Elle prendra ensuite une autre dimension dans la discipline de psychologie, grâce notamment aux efforts de développement et de validation de son prédécesseur en collaboration avec d'autres chercheurs, (Schifter et Ajzen, 1985 ; Ajzen et Madden, 1986 ; Ajzen 1991 ; Ajzen, 2002 ; Ajzen et Cote, 2008 ; Ajzen 2011)

### 2.1. Présentation de la théorie du comportement planifié

Développée afin de consolider les acquis et palier les lacunes de la théorie de l'action raisonnée (« Theory of reasoned action») élaborée auparavant par Ajzen et Fishbein en 1975 dont les limites dans la prédiction des comportements qui ne sont pas complètement contrôlés, commençaient à se faire sentir (Ajzen et Madden, 1986, p. 456), la théorie du comportement planifié a introduit, au côté de l'intention, les perceptions du contrôle comportemental (« perceived behavioral control ») comme un deuxième prédicteur complémentaire du comportement (Ajzen, 1991, p. 183). L'objet de cette théorie peut être résumé en deux principaux points :

#### 2.1.1. La prédiction du comportement humain

En effet le but principal développé à travers la TCP est la détermination des facteurs et des variables qui provoquent l'apparition d'un comportement humain dans un contexte spécifique (Ajzen, 1991, p. 181 ; Tounés, 2003, p. 166). Les résultats de cette théorie ont, d'une part, confirmé les résultats obtenus précédemment dans la théorie de l'action raisonnée à propos du rôle central que joue l'intention comme un prédicteur et un antécédent direct du comportement (Ajzen et Madden, 1986, p. 454 ; Ajzen, 1991, p. 181 ; Krueger et *al.*, 2000, p. 413 ; Ajzen, 2002, p. 107 ; Emin, 2003, p. 110 ; Tounès, 2003, p. 166; Ajzen , Czasch et Flood, p. 1358, 2009 ; Fraser et *al.*, 2010, p. 421), et d'autre part, intégré les perceptions du contrôle de comportement comme prédicteur complémentaire du comportement du moment que les ressources et les opportunités disponibles peuvent dans certains cas dicter le comportement à adopter, spécialement dans le cas où le comportement n'est pas complètement contrôlé par l'individu (Ajzen, 1991, p. 183). Donc, pour résumer nous pouvons dire que selon la théorie du comportement planifié, il est possible de prédire le comportement humain à partir de l'intention comportementale et des perceptions du contrôle comportemental comme le confirment ces propos d'Ajzen (2011, p. 1119) ; « *According to the theory of planned behavior, perceived behavioral control, together with behavioral intention, can be used directly to predict behavioral achievement* »



### 2.1.2. L'explication des antécédents de l'intention

Selon la théorie du comportement planifié, l'intention résulte de trois déterminants qui sont les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle du comportement (Ajzen, 1991, p. 188 ; Ajzen, 2002, p. 107 ; Emin, 2003, p. 110 ; Carr et Sequeira, 2007, p. 1091 ; Boissin *et al.*, 2009, p. 30 ; Ajzen, 2011, p. 1119). Pour Krueger et Carsrud (1993, p. 318), les attitudes vis-à-vis du comportement et les normes subjectives reflètent la désirabilité du comportement, tandis que les perceptions du contrôle du comportement reflètent la faisabilité du comportement.

**2.1.2.1. Attitudes associées au comportement :** Il s'agit du degré d'évaluation favorable ou défavorable de l'individu vis-à-vis du comportement en question comme le soulignent les propos d' Ajzen et Madden (1986, p. 454) : « *attitude toward the behavior and refers to the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation of the behavior in question* ». Ainsi, nous pouvons dire que les attitudes associées au comportement sont les croyances et les positions prises par l'individu par rapport à un comportement donné, qu'elles soient positives ou négatives. Krueger *et al.* (2000, p. 417) pousse un peu plus cette description en considérant que ces croyances reflètent les attentes de l'individu par rapport aux résultats du comportement concerné. Par exemple, si nous croyons que l'investissement dans les clubs de football va nous apporter des revenus importants, nos attitudes vis-à-vis de l'investissement dans les clubs de football seront probablement favorables.

**2.1.2.2. Normes subjectives :** Elles font référence à la pression sociale perçue par l'individu vis-à-vis de la concrétisation ou pas du comportement en question (Ajzen et Madden, 1986, p. 454 ; Ajzen, 1991, p. 188 ; Carr et Sequeira, 2007, p. 1091 ; Krueger *et al.*, 2000, p. 417). Autrement dit, il s'agit des perceptions de l'individu par rapport à l'appréciation de l'entourage proche du comportement en question. Par exemple, si nous voulons adopter un enfant au sein de la famille, comment les autres vont réagir à cette idée, vont-ils adhérer ou plutôt seront-ils défavorables.

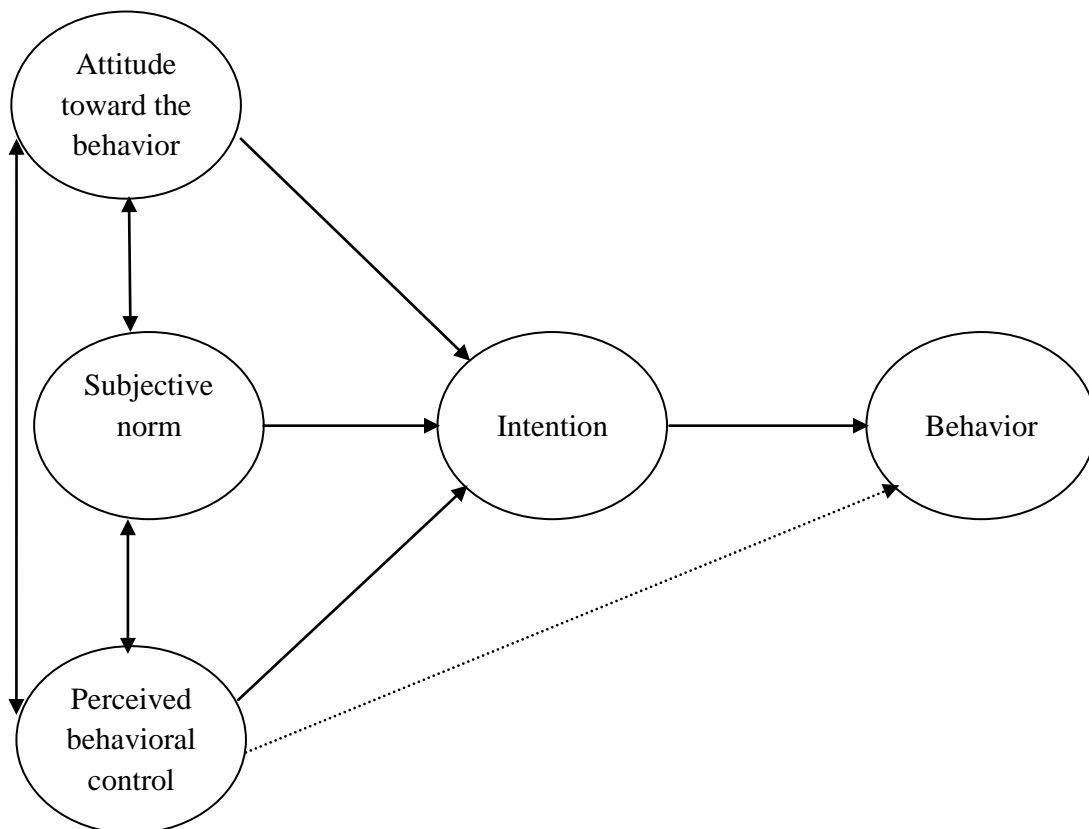
**2.1.2.3. Perceptions du contrôle comportemental :** Elles sont considérées comme le principal ajout de cette théorie par rapport à la théorie de l'action raisonnée (Krueger *et al.*, 2000, p. 417) suite à la constatation des limites de cette dernière au niveau de la prédiction du comportement. Ces limites s'expliquent par l'existence de différents niveaux de contrôle comportemental (Ajzen et Madden, 1986, p. 456) et que même en présence des attitudes et normes subjectives favorables au comportement, ceci ne garantit pas l'engagement dans l'action sauf dans le cas où l'individu estime qu'il possède les ressources et les opportunités nécessaires pour concrétiser ce comportement (Ajzen et Madden, 1985, p. 456) . Les perceptions du contrôle comportemental peuvent être définies comme le degré de facilité ou de difficulté, perçu par l'individu, vis-à-vis de la concrétisation du comportement, elles sont souvent influencées par les expériences précédentes et l'anticipation des obstacles (Ajzen, 1991, p. 188 ; Boissin *et al.*, 2009, p. 33). Autrement dit, il s'agit des croyances de l'individu par rapport à la de possession des ressources, compétences et opportunités requises pour la mise en œuvre du comportement en question. Par exemple, est t il techniquement et financièrement faisable de voyager dans l'espace.

Comme une règle générale, Ajzen (1991, p. 188) considère que plus:

- Les attitudes associées au comportement sont favorables,
- Les normes subjectives sont favorables
- Les perceptions du contrôle comportemental sont grandes

Et plus sera grande l'intention de concrétiser le comportement concerné. Cependant, selon le même auteur, le degré d'influence de chacun des éléments sur l'intention varie en fonction des comportements et des situations.

**Figure 7 :** Théorie du comportement planifié



Source : Ajzen et Madden (1986, p. 458)

En examinant les trois groupes de variables utilisée par la TCP, à savoir les attitudes vis à vis du comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental, nous remarquons qu'elles sont basées sur des croyances et des perceptions et non pas sur des situations et des faits réels. Par exemple, la TCP utilise les perceptions du contrôle comportemental et non pas le contrôle comportemental. Il se peut, alors, que certains se demandent pourquoi elle opte pour ce choix?

En réponse à cette interrogation, nous pouvons dire que l'individu ne formule pas souvent ses opinions en concordance avec la réalité. Il suffit, dans certains cas, qu'il se voit capable d'assumer un certain comportement, qu'il juge le comportement comme désirable ou qu'il estime que les autres vont soutenir ce comportement pour que cela éveille en lui une intention

de concrétiser ce comportement alors qu'en réalité les faits diffèrent des perceptions. Du coup, l'évaluation personnelle (subjective) dans ce cas est très appropriée. D'un autre côté, Ajzen et Madden (1985, p. 457) expliquent ce choix par le fait qu'il est difficile de vérifier les faits réels. Par exemple, il est difficile de s'assurer que l'individu possède les ressources requises et que les opportunités appropriées vont se présenter, par contre, il est plus possible de mesurer sa perception du contrôle comportemental étant donné que l'individu peut se prononcer sur ces croyances par rapport à la difficulté de réalisation du comportement en question.

## 2.2. Solidité et Robustesse de la théorie du comportement planifié

Pour mesurer le poids que possède la théorie du comportement planifié au sein de la population des chercheurs, il suffit juste d'effectuer une petite recherche sur Google Scholar<sup>2</sup> et de voir le nombre de fois où cette théorie a été citée dans les travaux de recherche. Si Ajzen (2011, p. 1113) parle de 4550 citations en 2010, nous avons recensé pour notre part 18721 citations<sup>3</sup> seulement pour l'article « *The Theory of Planned Behavior* » publié en 1991, ce qui nous donne une idée sur le large usage de cette théorie pour la prédiction de l'intention et du comportement.

La popularité de la TCP s'est considérablement accrue suite aux nombreux examens empiriques menés au sujet des relations initiées par cette théorie afin de vérifier sa validité (Sutton, 1998, p. 1317). Les résultats montrent, d'un côté, la robustesse de l'intention et des perceptions du contrôle comportemental dans la prédiction du comportement (Ajzen, 1991, p. 185 ; Krueger et Carsrud, 1993, p. 318 ; Armitage et Conner, 2001, p. 485-489), et de l'autre côté, la robustesse des attitudes associées au comportement, des normes subjectives et des perceptions du contrôle comportemental dans la prédiction de l'intention (Ajzen, 1991, p. 189 ; ; Krueger et Carsrud, 1993, p. 318 ; Krueger et al., 2000, p. 425 ; Armitage et Conner, 2001, p. 485-489)

Dans le tableau suivant, nous proposons un résumé des résultats de quelques travaux ayant étudié la validité de la théorie de l'action raisonnée et de la théorie du comportement planifié

**Tableau 1** : Résultats des études empiriques concernant la théorie de l'action raisonnée et la Théorie du comportement planifié

Auteur	Résultats empiriques obtenus
Ajzen et Fishbein (1975) *	La moyenne du coefficient de corrélation multiple entre les attitudes et l'intention est de 0,81
Ryan et Bonfiedl (1975) *	La moyenne du coefficient de corrélation multiple entre les attitudes et l'intention est de 0,60
Sheppard et al. (1988) *	La moyenne du coefficient de corrélation multiple entre les attitudes et l'intention est de 0,66
Ajzen (1991) *	Les corrélations multiples sont comprises entre 0,43 et 0,94 avec une moyenne s'établissant à 0,71

<sup>2</sup> Moteur de recherche scientifique

<sup>3</sup> Recherche effectuée le 23/01/2012

Sheeran (2002) **	La corrélation entre l'intention et le comportement est de 0.53
Armitage and Conner (2001) **	La corrélation entre les perceptions du contrôle comportemental et le comportement est de 0.40
Armitage et Conner (2001)** Cheung et Chan (2000) ** Notani (1998) ** Rivis et Sheeran (2003) ** Schulze et Wittmann (2003)**	Les corrélations multiples moyennes entre les attitudes, normes subjectives, perceptions du contrôle comportemental d'un coté et l'intention de l'autre coté sont comprises entre 0.59 et 0.66
McEachan et <i>al.</i> (2011) **	-Les corrélations multiples moyennes entre les attitudes, normes subjectives, perceptions du contrôle comportemental d'un coté et l'intention de l'autre coté sont comprises entre 0.40 to 0.57 -La corrélation entre l'intention et le comportement est de 0.43 -La corrélation entre les perceptions du contrôle comportemental et le comportement est de 0.31

Source: Tableau réalisé par nos soins à partir des données de :

\* Emin (2003, p. 113-114)

\*\*Ajzen (2011, p. 1114-1115)

### 2.3. Utilisation de la TCP en entrepreneuriat

Encouragés par les résultats obtenus suite aux études de validation, un bon nombre de chercheurs, provenant de plusieurs disciplines et plus précisément des disciplines de psychologie sociale et de marketing, optent pour la théorie du comportement planifié comme un outil leur permettant d'étudier l'intention et le comportement humain, chacun dans sa discipline respective (Krueger et Carsrud, 1993, p. 318)

Ainsi, la TCP fut utilisée dans l'étude de plusieurs types de comportements humains, dont Krueger et Carsrud (1993, p. 318) cite à titre d'exemple; la perte de poids, l'abandon du tabagisme, l'utilisation de la ceinture de sécurité et l'utilisation des coupons. Cette diversité d'application de la TCP est soulignée aussi par Ajzen (1991, p. 206), ce dernier cite aussi l'étude du problème d'alcoolisme ou encore le choix des loisirs.

En ajoutant à ces applications, Emin (2003, p. 113) recense aussi l'utilisation de la TCP dans l'étude de l'intention des femmes de poursuivre une carrière, l'adoption des nouvelles technologies, le comportement du consommateur, la création d'entreprise ou encore les choix électoraux.

Parmi d'autres utilisations de la TCP, nous citons notamment l'étude du comportement non éthique (Chang, 1998), l'intention des managers environnementaux américains de réduire la pollution (Cordano et Frieze, 2000), l'intention d'effectuer des achats à partir des épiceries en ligne (Hansen et *al.*, 2004), l'adoption du commerce électronique (Pavlou et Fygenson, 2006), le comportement des conducteurs (Elliott, Armitage et Baughan, 2007), l'adoption du service électronique de péage (Chen, Fan et Farn, 2007), l'intention d'achat des aliments biologiques (Arvola, Vassallo, Dean, Lampila, Saba, Lahteenmaki, et Shepherd, 2008), l'utilisation des

réseaux sociaux (Pelling et White, 2009), l'étude de l'intention de recrutement des employeurs (Fraser, Johnson, Hebert, Ajzen, Copeland, Brown, et Chan, 2010)...

L'entrepreneuriat, et plus précisément l'entrepreneuriat individuel, a été aussi l'une des disciplines ayant employé la théorie du comportement planifié pour étudier un comportement spécifique. En effet, dès le début des années 90, les chercheurs de cette discipline ont multiplié les études concernant l'intention de création d'entreprises, ses antécédents et sa relation avec le comportement de création, citons à titre d'exemple Krueger et Carsrud (1993), Boyd et Vozikis (1994), Krueger et *al.* (2000), Rajman (2001), Tounès (2003), Emin (2003), Wilson et *al.* (2007), Carr et Sequeira (2007), Fayolle et Gailly (2009), Thompson (2009) ou encore Boissin et *al.*, 2009.

L'usage de la TCP dans l'explication de l'intention entrepreneuriale est justifié par le fait que le comportement entrepreneurial est un « *comportement intentionnel ou planifié* » (Emin, 2003, p. 103). Ainsi, les résultats obtenus à l'issue de ces études ont réussi à expliquer une bonne partie de l'intention individuelle d'entreprendre à travers les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle de comportement, confirmant ainsi la validité de la TCP dans ce domaine (Boissin et *al.*, 2009, p. 33)

Cependant, la TCP a été rarement utilisée pour expliquer l'intention entrepreneuriale au sein d'une entreprise déjà existante, autrement dit, l'intention de corporate entrepreneurship. Bien que nous ayons effectué plusieurs recherches afin de trouver au moins quelques travaux, nous n'avons, malheureusement, pas réussi à trouver grand-chose. Ceci s'explique, selon nous, par plusieurs éléments dont nous citons:

- Le corporate entrepreneurship a souvent été étudié en aval, c'est-à-dire après l'observation du comportement.
- La concentration sur les facteurs organisationnels et environnementaux plus que les facteurs individuels pour expliquer le phénomène
- L'étude du phénomène de corporate entrepreneurship, souvent, au niveau des grandes entreprises où l'impact de l'individu est très limité par rapport à ce que nous voyons au niveau des petites et très petites entreprises où le dirigeant propriétaire oriente l'entreprise selon sa vision.
- La confusion qui existe par rapport à l'identité du corporate entrepreneur, est-ce le dirigeant ? l'employé ? le propriétaire ? l'actionnaire ? Ce qui pose une grande interrogation : étudier l'intention de qui ?!
- La multitude de formes de corporate entrepreneurship et la confusion avec l'intention de développement, ce qui ouvre la porte à plusieurs possibilités pour définir l'intention entrepreneuriale au sein d'une organisation

Afin de surmonter ces obstacles, nous jugeons qu'il convient d'étudier l'intention, d'une population bien précise, de s'engager dans une forme bien précise de corporate entrepreneurship au sein d'un type bien précis d'entreprises. Autrement dit, éviter d'étudier le phénomène globalement avec toutes ses formes, tous ses acteurs et dans tous les types d'entreprises.

D'un autre côté, avant d'utiliser la théorie du comportement planifié dans ce champ là, il est important, voire indispensable, d'étudier la situation et le contexte dans lequel nous allons l'utiliser. En effet, dans la prédiction de l'intention, la capacité prédictive des attitudes associées au comportement, des normes subjectives et des perceptions de contrôle comportemental peut varier d'après les types de comportement et situations comme le souligne (Ajzen, 1991, p. 188-189) ; « *The relative importance of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control in the prediction of intention is expected to vary across behaviors and situations. Thus, in some applications it may be found that only attitudes have a significant impact on intentions, in others that attitudes and perceived behavioral control are sufficient to account for intentions, and in still others that all three predictors make independent contributions.* ». Pour Krueger et Carsrud (1993, p. 316), Tounès (2003, p. 56), Bird (1988, p. 443), Kolvereid (1992, p. 211) ou encore Emin (2003, p. 114), Il est clair que l'intention est spécifique au contexte. Cette dernière considère même que dans le cas où les résultats de prédiction sont faibles, il se peut qu'il existe d'autres variables, liées au contexte, qui sont pertinentes à la prédiction de l'intention.

### **Section 3 : Proposition d'un modèle d'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes**

Dans cette partie, nous allons essayer de concevoir un modèle qui vise à décrire, dans un premier temps, l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes, à savoir les pharmaciens possédant et gérant leurs propres officines pharmaceutiques<sup>4</sup> puis qui tente de l'expliquer à travers notre cadre théorique de référence en l'occurrence la théorie du comportement planifié afin de pouvoir prédire le comportement de corporate entrepreneurship de la population étudiée.

Ce modèle est fondé sur un système d'hypothèses ayant pour objectif de développer le contenu des antécédents de l'intention (attitudes associées au comportement, normes subjectives et perceptions du contrôle comportemental) par rapport au comportement étudié (corporate entrepreneurship). Ainsi, nous adoptons une démarche hypothético-déductive.

Les hypothèses, que nous allons développer, stipulent l'existence d'une relation entre l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes et un certain nombre de variables d'origine différente. Cependant, la question qui se pose est quelles sont les variables à choisir ?

D'habitude, les chercheurs se réfèrent dans la sélection des variables aux travaux de recherche similaires. Cependant, étant donné la spécificité de la population ciblée et la spécificité de la forme de corporate entrepreneurship étudiée d'un côté, et l'étude du comportement de CE en amont de l'autre côté, aucun travail de recherche traitant la même problématique ou une problématique similaire n'a été trouvé. Nous avons été poussés, alors, à faire des efforts supplémentaires en menant des recherches dans d'autres disciplines telle que la conduite du changement tout en se référant au cadre général de la théorie du comportement planifié. En parallèle nous nous sommes inspirés de quelques travaux ayant étudié l'intention de création d'entreprise (Tounès, 2003 ; Emin, 2003) ou encore l'intention de développement (Davidsson, 1991) ainsi que les travaux ayant utilisé la théorie du comportement planifié comme cadre théorique de référence (Chang, 1998 ; Cordano et Frieze, 2000 ; Hansen, Jensen et Solgaard, 2004 ; Pavlou et Fygenson, 2006 ; Elliott *et al.*, 2007 ; Chen *et al.*, 2007 ; Arvola *et al.*, 2008 ; Pelling et White, 2009 ; Fraser *et al.*, 2010)

Ainsi, nous avons pu faire émerger une multitude de variables appartenant à plusieurs catégories suivant leur nature et visant à expliquer l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes.

#### **3.1. Intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes**

Définie précédemment comme étant une volonté, ancrée au sein d'un processus cognitif, du dirigeant par rapport au développement ou au renouvellement d'une entreprise existante, l'intention entrepreneuriale se manifeste dans notre étude par rapport au renouvellement de l'organisation étant donnée que cette forme a été rarement abordée. Nous nous sommes

---

<sup>4</sup> Pour désigner les pharmaciens possédant et gérant leurs propres officines nous utiliserons les termes « patrons d'officines », « pharmaciens d'officines » ou encore « dirigeants de TPE pharmaceutiques »

intéressés, ainsi, à une forme particulière du corporate entrepreneurship, à savoir le rajeunissement organisationnel.

Décrit par Covin et Miles (1999, p. 52) comme une forme de CE, par laquelle l'entreprise vise à soutenir ou à améliorer sa position compétitive à travers la modification de ses processus internes, ses structures et/ou ses capacités, le rajeunissement organisationnel a introduit une nouvelle dimension au corporate entrepreneurship. En effet, selon les mêmes auteurs, l'entreprise n'a pas besoin de changer sa stratégie pour devenir entrepreneuriale mais il est aussi possible de le faire à travers l'innovation organisationnelle. Cette innovation peut correspondre à une modification fondamentale de l'ensemble de l'organisation comme elle peut correspondre à de simples innovations managériales visant à améliorer l'efficacité et l'efficience de l'entreprise (Kuratko et Audretsch, 2009, P. 9)

L'exploration des cas d'entreprises, ayant adopté le rajeunissement organisationnel, telles que Procter and Gamble, General Electric, Chrysler Corporation montre que cette pratique consiste à introduire des innovations qui (1) redéfinissent la façon dont certains des principaux aspects de leurs opérations sont menés, (2) créent de la valeur pour les clients de l'entreprise, et (3) soutiennent ou améliorent la capacité de l'entreprise d'implémenter, efficacement, sa stratégie (Covin et Miles, 1999, p. 52).

Notre choix porté sur cette forme de CE s'explique par plusieurs raisons, parmi lesquelles citons :

- Le rajeunissement organisationnel constitue le premier pas vers le développement pour les petites et très petites entreprises. En effet, l'entreprise ne peut promouvoir l'innovation technique sans avoir développé un système de soutien interne adapté comme le note Damanpour et al. (1989, p. 589) : « *An internal environment that enhances and facilitates the adoption of technical innovations could only be created by introducing people and structural innovations that pertain to the social system of the organization.* ».
- Le corporate entrepreneurship est une pratique encore jeune dans les pays du tiers monde tels que l'Algérie, du coup, il faut commencer à la base, c'est-à-dire, au niveau fonctionnel. En plus, le changement rapide de l'environnement qui caractérise ces pays nécessite une adaptation organisationnelle et managériale des entreprises afin de pouvoir sauvegarder leur existence en premier lieu et prétendre au développement ensuite.
- Le risque d'impact négatif sur la performance de l'entreprise, en cas d'échec de tentative d'implémentation d'une innovation administrative, varie entre faible et moyen en fonction du périmètre administratif touché par cette innovation (Covin et Miles, 1999, p. 57-58). Ceci reconforte plus ou moins le dirigeant de l'entreprise du moment que la perte possible en cas d'échec du rajeunissement organisationnel est gérable.
- La fréquence de cette pratique est moyenne (Covin et Miles, 1999, p. 57-58). En d'autres mots, elle ne se fait pas d'une façon régulière, ce qui constitue un avantage pour un dirigeant qui n'a pas l'habitude des pratiques de corporate entrepreneurship.



- L'utilisation du rajeunissement organisationnel sert, surtout, à diminuer le gaspillage des ressources et à atteindre plus d'efficacité (Kuratko et Audretsch, 2009, P. 9). Ceci est primordial pour les entreprises algériennes étant donné qu'elles souffrent de plusieurs problèmes de gestion, d'efficacité et d'allocation de ressources.
- L'incapacité des entreprises, ayant négligé le rajeunissement organisationnel, à répondre aux changements de l'environnement (Stopford et Fuller, 1990, p. 402)
- La viabilité de cette pratique, basée principalement sur le dirigeant (Stopford et Fuller, 1990, p. 412), pour les petites et très petites entreprises où le dirigeant/propriétaire est le principal instigateur et moteur de corporate entrepreneurship, ce qui nous conduit à étudier le comportement de ce dernier.
- L'importance du rajeunissement organisationnel pour l'amélioration des capacités de l'entreprise telles que les compétences des ressources humaines, les connaissances acquises, la chaîne de valeur...

La présentation du rajeunissement organisationnel faite ci-dessus est indispensable du moment que l'intention est exprimée par rapport à un comportement spécifique et dans un contexte spécifique (Ajzen, 1991, p. 195). Ainsi, dans le cadre de ce travail, l'intention entrepreneuriale sera définie comme la volonté des pharmaciens algériens, propriétaires et dirigeants de leurs propres officines, de s'engager dans une action de rajeunissement organisationnel. Cette action correspond, dans cette étude, à l'introduction d'une ou de plusieurs innovations managériales au niveau des différentes fonctions internes de l'officine. A noter que l'action est considérée comme innovante par rapport aux personnes qui y sont impliquées et non pas par rapport à ce qui se fait ailleurs, ainsi l'imitation est aussi considérée comme une innovation (Van de Ven, 1986, p. 592 ; Birkinshaw, Hamel et Mol, 2008, p. 829)

### **3.2. Attitudes associées au comportement entrepreneurial**

Il s'agit des variables exprimant la désirabilité de l'action de rajeunissement organisationnel pour les patrons d'officines algériennes. Autrement dit, la façon dont les pharmaciens jugent les innovations organisationnelles qui peuvent être apportées à leurs officines. Sont-ils favorables à cette action ? Ou plutôt le contraire ?

Les psychosociologues identifient deux catégories d'attitudes expliquant la position d'un individu vis-à-vis d'un comportement donné.

La première catégorie des attitudes est celle des attitudes générales ou globales qui ont été longtemps utilisées par les psychosociologues pour expliquer le comportement humain et qui ont prouvé leur faible capacité prédictive au fil des années (Ajzen, 1991, p. 180 ; Ajzen et Cote, 2008, p. 292 et p. 298), ce qui explique le fait que nous ne nous soyons pas trop concentrés sur cette catégorie.

La deuxième catégorie est celle des attitudes spécifiques au comportement, utilisée principalement par Ajzen (1985) dans sa Théorie du Comportement Planifié. Ces attitudes peuvent prendre trois formes, à savoir la forme cognitive exprimant les croyances d'un

individu sur un objet, la forme affective exprimant les sentiments d'un individu envers une personne et la forme conative exprimant l'action orienté de l'individu vers l'objet (Gergen et alii, 1992, p. 14, 15, 19 et 184 cité par Tounés, 2003, p. 181).

Selon le point de vue qui nous intéresse, nous retenons les attitudes spécifiques dans leur forme cognitive. Ces attitudes se manifestent, dans ce travail, par « *l'efficacité perçue du rajeunissement organisationnel* » ainsi que par « *l'insatisfaction vis-à-vis de l'organisation actuelle de l'officine* ».

### 3.2.1. Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel

D'une façon globale, le corporate entrepreneurship, dont le rajeunissement organisationnel en est une forme, contribue à l'amélioration de la performance de l'entreprise (Covin et Miles, 1999, p. 47 ; Zahra et Covin, 1995, p. 46 ; Guth et Ginsberg, 1990, p. 8 ; Lumpkin et Dess, 1996, p. 152 ; Serpa, 1987, cité par Zahra, 1991, p. 260), à l'adaptation rapide aux changements (Nielsen et al., 1985, p. 181 ; Barrett et al. 2000 p. 58 ; Chung et Gibbons, 1997, p. 11), à la création de richesse au sein de l'entreprise (Ireland et al., 2001, p. 50), à la consolidation de la position concurrentielle de l'entreprise (Covin et Miles, 1999, p. 47 ; Kight 1997, p. 214 ; Chung et Gibbons, 1997, p. 11 ; Zahra et al., 2000, p. 947 ; Serpa, 1987 cité par Zahra, 1991, p. 260), à la motivation des ressources humaines et à l'augmentation de leur productivité (Serpa, 1987, cité par Zahra, 1991, p. 260) ou encore au développement et à la croissance de l'entreprise (Antoncic et Histrish, 2001, p. 523 ; Ireland et al., 2001, p. 50).

Cette diversité des apports du corporate entrepreneurship est consolidée par des apports spécifiques au rajeunissement organisationnel tels que l'amélioration des compétences et capacités de l'entreprise, l'amélioration de l'efficacité et de l'efficacités (Kuratko et Audretsch, 2009, P. 9) ou encore le développement des sources de connaissances, du savoir et du savoir faire au sein de l'entreprise (Adenfelt et Lagerstrom, 2006, P. 95)

Cependant, la question se pose, non pas par rapport aux apports du rajeunissement organisationnel mais plutôt par rapport aux croyances des pharmaciens d'officines vis-à-vis de ces apports. Croient-ils vraiment à l'efficacité du rajeunissement organisationnel ? Autrement dit, pensent-ils que cette pratique donne des résultats qui correspondent aux objectifs annoncés au départ ?

Pour Boissin et al. (2009, p. 34), la question est primordiale. En effet, d'après eux, l'attrait ou l'attitude vis-à-vis du comportement, sous la forme cognitive, est « *supposé dépendre de nos espérances et croyances de résultats suite à la réalisation du comportement* ». Ils précisent que l'individu se base sur ses croyances quant à la capacité du comportement à générer les résultats visés ou ce que nous avons exprimé avec l'efficacité perçue du comportement. Ceci est consolidé par Ajzen et Cote (2008, p. 300) qui considèrent que l'attitude vis-à-vis d'un comportement sera influencée par la probabilité subjective de l'individu concernant les résultats obtenus suite à la réalisation du comportement en question.

Ainsi, les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel peuvent être à la base de l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines. Elles expriment alors les croyances de

ces derniers par rapport aux apports du rajeunissement organisationnel que nous venons d'exposer.

Ceci nous amène à penser que, si le pharmacien est convaincu qu'une action de rajeunissement organisationnel de l'officine apporte ses fruits et ses apports, il développera, alors, une intention à s'engager dans cette action.

**Hypothèse 1 :** *Les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.*

### 3.2.2. Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel

Selon Ajzen (1991, p. 191), les attitudes vis-à-vis du comportement résultent des croyances qui lient le comportement à un ou à plusieurs de ses attributs tels que le résultat, le coût...etc. Ces attributs offrent à l'individu une base d'évaluation subjective du comportement en question, d'où l'importance de mesurer les croyances des individus par rapport à ces attributs. En effet, en connaissant ces croyances, nous aurons plus de chance si l'individu est favorable ou défavorable au comportement étudié.

Lors de la première hypothèse, nous avons évoqué un premier attribut du rajeunissement organisationnel, à savoir le résultat espéré. Toutefois, un deuxième attribut peut intervenir lors de la formulation de l'avis favorable ou défavorable quant à la réalisation du comportement, il s'agit de la complexité de cet acte, telle qu'elle est perçue par l'individu.

En effet, les limitations psychologiques humaines par rapport à la manipulation et à la gestion de la complexité font que l'être humain se concentre, souvent, sur la protection des pratiques existantes plutôt que de s'ouvrir sur de nouvelles directions (Van de Ven, 1986, p. 594). Les mêmes auteurs expliquent que la complexité des décisions augmente la probabilité d'erreur ce qui fait que la rationalisation et la prudence remplacent la rationalité. Ainsi, plus le comportement sera considéré comme complexe par l'individu et moins sera sa désirabilité pour qu'il le réalise.

Ceci nous amène à supposer que si le pharmacien pense que le rajeunissement organisationnel de l'officine est un comportement complexe, il ne développera pas, alors, une intention à s'engager dans cette pratique.

**Hypothèse 2 :** *les perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel influencent négativement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

### 3.3. Normes subjectives

Dans un comportement aussi complexe et risqué que le comportement entrepreneurial, l'approbation sociale devient très importante. En effet, au moment de prendre des décisions importantes, l'individu a tendance, souvent, à se référer à certaines normes, appelées normes

subjectives, traduisant la pression sociale perçue vis-à-vis de la réalisation du comportement (Ajzen et Madden, 1986, p. 454). Cependant, la question se pose par rapport à la manifestation de ces normes. Autrement dit, quelle est la forme prise par ces normes concrètement ?

En explorant la littérature correspondant aux applications de la Théorie du Comportement Planifié, nous avons trouvé deux principales approches pour représenter les normes subjectives.

### 3.3.1. Motivations

La motivation est un concept qui a longuement suscité l'intérêt des psychosociologues (Vallerand, Pelletier, Blais, Biere, Senecal, et Vallieres, 1992, p. 1003). La succession des tentatives de définition ont créé plusieurs mésententes et parfois mêmes des contradictions. Dans ce cadre, Drillon (1995, cité par Tounés, 2003, p. 188) dresse une liste de 140 définitions différentes du concept de la motivation. Cette multitude de définitions est signalée aussi par Mitchell (1982, p. 81-82), qui cite quelque une parmi les plus célèbres telles que « *le processus psychologique qui éveille, dirige pérennise le comportement* » (atkinson, 1964, cité par Mitchell, 1982, p. 81) ou encore « *le processus psychologique qui éveille, dirige pérennise une action volontaire et axé sur un but* » (Hellriegel et Slocum, 1976, cité par Mitchell, 1982, p. 81). Le même auteur dans son article « *Motivation : New Directions for Theory, Research and Practice* », procède à une analyse critiques des définitions existantes. Il en conclut que la motivation exprime le degré avec lequel l'individu veut et choisit de s'engager dans un comportement donné.

Toutefois, quelles sont les raisons qui expliquent le choix de considérer des motivations comme une manifestation des normes subjectives ?

Il existe deux types de motivations, à savoir les motivations intrinsèques et les motivations extrinsèques. La première catégorie exprime l'engagement dans une activité pour avoir le plaisir et la satisfaction que dégage cette activité, il s'agit donc d'une motivation liée à une satisfaction interne qui dépasse le système de récompense externe (Vallerand et al., 1992, p. 1004 ; Pelletier, Tuson, Fortier, Vallerand, Briere et Blais, 1995, p. 36). De l'autre côté, la deuxième catégorie exprime l'engagement dans une activité, non pas comme finalité en elle-même mais simplement comme un moyen pour atteindre le système de récompense externe (Vallerand et al., 1992, p. 1006 ; Pelletier et al., 1995, p. 37).

Ces motivations sont influencées certes par les valeurs, les besoins, les attentes et les performances mais aussi par la société et l'organisation dans lesquelles s'inscrivent les actions individuelles (Drillon, 1995, cité par Tounés, 2003, p. 187). Pour Ryan et Deci (2000, p. 70-71), l'environnement social influence les motivations, qu'elles soient instinctives ou extinctives. Autrement dit, les motivations résultent en partie de la pression exercée par le milieu social tel que le milieu familial, le milieu éducatif ou encore le milieu professionnel sur l'individu. Elles reflètent les conséquences de cette pression sur la personnalité de l'individu.

D'un autre côté, notre choix des motivations comme une manifestation des normes subjectives se réfèrent aussi au travail de Tounés (2003). Ce dernier a utilisé des motivations telles que le besoin d'accomplissement ou encore la recherche d'autonomie pour refléter les normes subjectives. Il explique son choix par la pression exercée par l'environnement sur l'individu au cours de la formation des motivations (Tounés, 2003, p. 187).

Pour notre problématique, nous avons utilisé les deux types de motivations :

### 3.3.1.1. Motivations intrinsèques

Pour Ryan et Deci (2000, p. 70), les motivations intrinsèques décrivent l'inclinaison naturelle envers l'assimilation, la maîtrise, l'intérêt spontané et l'exploration. L'auteur poursuit en précisant que cette inclinaison est nécessaire au développement social et cognitif, elle représente une source principale de jouissance et d'épanouissement tout au long de la vie. En d'autres mots, ces motivations visent l'atteinte d'une satisfaction ou d'un bien être interne à travers la mise en œuvre de l'action (Vallerand et O'connor, 1991, p. 221). Ainsi l'action devient un plaisir et une finalité en elle-même sans aller chercher ses résultats.

Dans le cadre de notre travail, nous supposons que le désir du savoir et la quête de nouveauté sont deux motivations intrinsèques qui influencent l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines pharmaceutiques algériens.

La première motivation intrinsèque susceptible d'influencer le développement d'une intention entrepreneuriale chez les patrons d'officines algériennes, est le désir du savoir (motivation to know). Décrite par Pelletier et *al.* (1995, p. 36-37) ou encore par Vallerand et *al.* (1992, p. 1005) comme la réalisation d'une activité pour le plaisir et la satisfaction que l'individu expérimente quand il apprend, explore ou tente de comprendre quelque chose de nouveau, cette variable reflète la volonté d'exploration et d'apprentissage qu'un individu approuve, par exemple, lorsqu'il lit un livre dans le but d'avoir le plaisir d'apprendre quelque chose de nouveau.

Connaissant la nature innovatrice du rajeunissement organisationnel, cette pratique offre au dirigeant la possibilité d'apprendre de nouvelles méthodes organisationnelles, d'améliorer ses compétences managériales ou encore de développer des sources de connaissances, du savoir et du savoir faire au sein de l'entreprise (Adenfelt et Lagerstrom, 2006, P. 95). Ainsi, la motivation d'apprentissage peut pousser le pharmacien d'officine vers l'engagement dans une pratique de rajeunissement organisationnelle.

Nous supposons, alors, que si le pharmacien approuve un désir pour l'acquisition et la croissance, il développera, alors, une intention à s'engager dans une pratique de rajeunissement organisationnel de son officine

**Hypothèse 3a** : *Le désir du savoir influence positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.*

La deuxième motivation intrinsèque pouvant influencer l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes, est la quête de nouveauté.

Cette variable, issue de la volonté de prendre des risques afin d'atteindre le niveau de d'accomplissement visé, semble être l'un des déterminants les plus saillants des actes entrepreneuriaux (Ronen, 1988, p. 169). Elle est similaire à la variable « désir du changement » (change orientation.) utilisée auparavant par Davidsson (1995), dans son étude du comportement entrepreneurial, pour exprimer la position favorable ou défavorable de l'individu par rapport au changement. Elle aussi similaire à la variable « préparation au changement » (Readiness for change) qui est définie comme l'ensemble des croyances, attitudes et intentions des membres de l'organisation par rapport à la nécessité des changements envisagés ainsi que la capacité de l'organisation à les accomplir (Armenakis, Harris et Mossholder, 1993, p. 681).

Au-delà de son utilisation dans le domaine entrepreneurial, la quête de nouveauté et de la motivation de changement est considérée comme un facteur important et indispensable pour réussir une implantation efficace du changement (Turner, 1982, p. 124 ; Beer et Walton, 1987, p. 358). En d'autres mots, un état d'esprit cherchant régulièrement la nouveauté et le changement est nécessaire pour la réussite de l'action implantée. Ainsi, le fait d'être prêt à briser la routine et à prendre l'initiative de tenter quelque chose de nouveau met l'individu dans de bonnes dispositions pour qu'il envisage le lancement d'une action de changement.

Dans ce cas, nous estimons que si pharmacien approuve un désir de nouveauté et de changement, il développera, alors, une intention à s'engager dans une pratique de rajeunissement organisationnel.

**Hypothèse 3b :** *La quête de nouveauté influence positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes s.*

### 3.3.1.2. Motivations extrinsèques

Il s'agit des motivations exprimant la recherche de certains résultats à travers la mise en œuvre de l'activité Ryan et Deci (2000, p. 71). Autrement dit, la volonté de l'individu de réaliser l'action s'explique par la quête des résultats générés par cette action et non pas par la quête de satisfaction et bien être interne (Vallerand et O'connor, 1991, p. 222). Dans ce cadre, trois résultats parmi les apports du rajeunissement organisationnel peuvent être visés par le patron d'officine approuvant une intention entrepreneuriale, à savoir la motivation de développement, la quête d'efficacité organisationnelle et le besoin de consolidation de la position concurrentielle.

Considéré comme l'un des résultats de l'adoption du corporate entrepreneurship (Antoncic et Histrish, 2001, p. 523 ; Ireland et al., 2001, p. 50), le développement constitue, selon Davidsson (1991, p. 407), une indication de la continuité des efforts entrepreneuriaux engagés par l'entreprise. Il est déterminé par une multitude de facteurs dont un est très important, il s'agit de la motivation de développement (Davidsson, 1991, p. 406). Cette motivation « implique une volonté concrétisée de bien faire, de mobiliser tous ses efforts, et de réaliser de son mieux, selon ses capacités, le travail qui est confié » (Gergen et alii, 1992, p. 476, cité par Tounés, 2003, p. 188), autrement dit le développement et la croissance dans notre cas.

Pour Davidsson (1991, p. p. 406), plus est forte la motivation de développement du dirigeant et plus grande sera la probabilité de poursuite de développement par l'entreprise, autrement dit, plus grande sera la probabilité pour que l'entreprise s'engage dans des pratiques visant à développer son activité. En effet, d'après le même auteur, si le développement fait partie des objectifs personnels du dirigeant ou si les circonstances génèrent une situation où le dirigeant sent qu'il est possible d'en tirer profit, le développement sera poursuivi.

Le développement peut être poursuivi par diverses pratiques dont nous retrouvons notamment le corporate entrepreneurship. Ceci nous permet de supposer que si la motivation de développement du dirigeant est forte, l'intention entrepreneuriale des dirigeants d'entreprises sera aussi forte.

Dans ce cas, il est probable que si le pharmacien approuve une motivation pour le développement et la croissance, il développera, alors, une intention à s'engager dans une pratique de rajeunissement organisationnel de son officine.

**Hypothèse 4a** : *La motivation de développement influence positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.*

La deuxième variable, qui nous semble comme une motivation différenciant les patrons d'officines possédant une intention entrepreneuriale, est la **quête de l'efficacité**. Celle-ci est considérée parmi les raisons qui poussent un individu à opérer des changements managériaux au sein de son organisation. En effet, la perspective rationnelle stipule qu'un individu procédera à des innovations managériales afin de rendre le fonctionnement de son organisation plus efficace (Birkinshaw et al., 2008, p. 828), autrement dit, améliorer sa capacité à atteindre les objectifs fixés aux échéances prévues. Cette motivation entraîne l'entreprise dans une dynamique d'amélioration continue en cherchant à développer ses compétences et à optimiser l'utilisation de ces ressources.

Dans ce cas, la volonté, du dirigeant, d'améliorer l'efficacité de son entreprise peut l'inciter à développer une intention d'opérer des changements organisationnels. Ceci nous amène à penser que si le pharmacien approuve une volonté d'améliorer l'efficacité du fonctionnement de l'officine, il développera, alors, une intention à s'engager dans une pratique de rajeunissement organisationnel.

**Hypothèse 4b** : *La quête de l'efficacité organisationnelle influence positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.*

La troisième motivation, susceptible de pousser les pharmaciens d'officines à développer une intention entrepreneuriale, est le **besoin de consolidation de la position concurrentielle**. En effet, dans un environnement où la concurrence devient de plus en plus forte, les entreprises qui refusent le changement et l'innovation finissent par disparaître (Merrifield, 1993, p. 383). La diversité de choix que possède, aujourd'hui, le client fait que les entreprises doivent se livrer une « bataille » pour arriver à vendre leurs produits en utilisant toutes les « armes » possibles. Ainsi, l'entreprise qui se fait distancer est condamnée à l'échec.

La volonté de faire face à la concurrence peut inciter l'individu, alors, à implanter une action de changement afin de ne pas se laisser dépasser par les autres. Du coup, nous pensons que si le pharmacien cherche à consolider sa position concurrentielle, il sera probable qu'il développe une intention à s'engager dans une pratique de rajeunissement organisationnel.

**Hypothèse 4c:** *Le besoin de consolidation de la position concurrentielle influence positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

### 3.3.2. Perceptions de l'approbation des experts en gestion

Cette deuxième forme des normes subjectives appartient à la catégorie exprimant les croyances de l'individu par rapport à ce que pensent les personnes importantes pour lui du comportement en question (Ajzen et Madden, 1986, p. 454 ; Ajzen, 1991, p. 188 ; Krueger et Carsrud, 1993, p. 325 ; Krueger et Brazeal, 1994, p. 97). Ce type de croyances a été employé lors de plusieurs applications de la théorie du comportement planifié, citons à titre d'exemple, Emin (2003), Pavlou et Fygenson (2006), Pelling et White (2009) ou encore Boissin et al. (2009).

Dans un projet d'implantation d'une innovation managériale, l'accord et l'approbation d'un expert externe à l'organisation tels un comptable, un financier ou un consultant en management accorde de la légitimité, de l'expertise et de la crédibilité dans les différentes phase de développement du projet (Birkinshaw et al., 2008, p. 832). Ceci dit que la position favorable ou défavorable prise par ces acteurs est très importante aux yeux du leader du changement vu qu'à travers ça, il pourra se positionner quant à la réalisation de l'action en question. Ainsi, les croyances de l'individu par rapport à l'approbation des experts en gestion peuvent constituer un facteur motivant pour l'engagement dans une action de changement organisationnel

Nous supposons, donc, que si le pharmacien pense que les experts en gestion sont favorables à un rajeunissement organisationnel de l'officine, il développera, alors, une intention à s'engager dans cette opération

**Hypothèse 5 :** *les perceptions de l'approbation des experts en management influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.*

### 3.4. Perceptions de contrôle du comportement entrepreneurial

Le fait que le comportement soit désiré par l'individu ne garantit pas sa concrétisation. En effet, il est possible que le comportement en question soit hors du contrôle de l'individu parce qu'il nécessite des ressources et des compétences que l'individu ne possède pas. Dans ce cas, le désir tout seul ne peut ne suffit pas mais il faut avoir aussi les ressources et les compétences nécessaires à la réalisation de ce comportement (Ajzen et Madden, 1985, p. 456 ; Boyd et Vozikis, 1994, p. 66).



Ce raisonnement est à la base du passage de la théorie de l'action raisonnée à la théorie du comportement planifié (Krueger et *al.*, 2000, p. 417). En effet la théorie du comportement planifié, développée par Ajzen en 1985, a introduit les croyances de l'individu par rapport à la de possession des ressources, compétences et opportunités requises pour la mise en œuvre du comportement en question.

Ceci pousse l'individu à réfléchir à propos de sa capacité à contrôler le comportement avant même d'approuver une envie concrète à le concrétiser. En d'autres mots, l'individu évalue le degré de facilité ou de difficulté lié à l'accessibilité aux ressources et aux compétences essentielles pour la mise en œuvre de l'action.

Ainsi, nous pouvons dire que les perceptions du contrôle comportemental, dans notre cas, reflètent la faisabilité de l'opération du rajeunissement organisationnel telle qu'elle est perçue par le dirigeant de la TPE pharmaceutique. Il s'agit, donc, des croyances de ce dernier par rapport à la possession des aptitudes entrepreneuriales, par rapport à l'accessibilité aux ressources ainsi que par rapport à la complexité du comportement en question

### 3.4.1. Perceptions des aptitudes à la conduite du changement

Sachant que le rajeunissement organisationnel peut se manifester sous plusieurs formes, il n'existe pas un consensus sur les aptitudes nécessaires pour le mener à bien. En effet, il peut s'agir d'une adoption d'une nouvelle méthode de gestion de stock, d'un nouveau moyen de communication interne, d'un nouveau mécanisme de contrôle,...etc. Cependant, il existe des aptitudes indispensables à tout projet de changement, celles liées au management et à la conduite du changement. Elles expriment le savoir et le savoir faire du leader du changement par rapport à la conduite quartes phases du changement organisationnel, à savoir le diagnostic de la situation insatisfaisante, la planification des actions, l'exécution du plan d'actions et l'évaluation des résultats obtenus (Collerette, Delisle et Perron, 1997, p. 45).

La possession de ces aptitudes rassurent l'individu quant à sa capacité de gérer son projet jusqu'au bout. De l'autre coté, leur absence augmente le risque d'échec du moment que l'individu n'est pas sur qu'il pourra mener à bien son projet. Ainsi, nous estimons que si le pharmacien pense qu'il maîtrise les tâches correspondant au management et à la conduite d'un projet de changement, il développera, alors, une intention à s'engager dans une action de rajeunissement organisationnel

Pour vérifier cette hypothèse avec un maximum de précision, nous l'avons divisé en 3 parties :

**Hypothèse 6a :** *les perceptions des aptitudes à la planification du changement influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

**Hypothèse 6b :** *les perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

**Hypothèse 6c :** *les perceptions des aptitudes au contrôle et à l'évaluation du changement influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

### 3.4.2. Perceptions de l'accessibilité des ressources

Décrite par Chang (1998, p. 1827) comme la facilité ou la difficulté perçue par l'individu concernant l'accès aux différences ressources nécessaires pour mettre en œuvre le comportement en question, cette variable, utilisée aussi par Tounés (2003), peut s'avérer très importante dans notre étude. En effet, cette variable complète la variable précédente du moment que pour mettre en œuvre une action de rajeunissement organisationnel, il est important de réunir à la fois les compétences liées à la conduite de changement ainsi que le temps, le conseil et la formation et les ressources humaines adéquates. Ces ressources sont indispensables dans la concrétisation de l'idée d'innovation ou du changement (Van de Ven, 1986, p. 591). Ceci nous amène à supposer que si le pharmacien pense qu'il est facile d'accéder aux ressources et aux moyens nécessaires à l'implémentation d'une pratique de rajeunissement organisationnel, il développera, alors, une intention à s'engager dans cette opération.

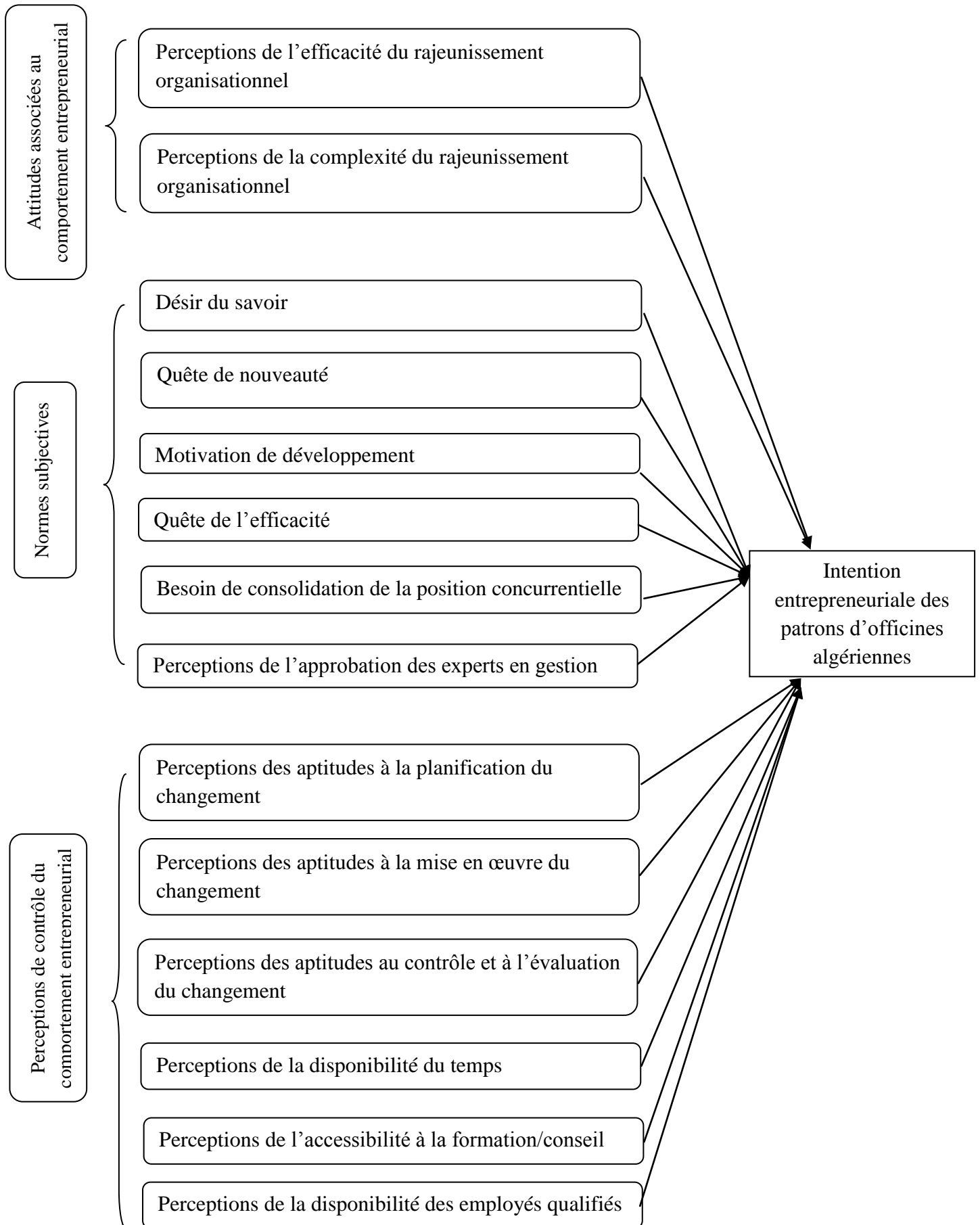
Etant l'absence d'homogénéité entre les trois types de ressources (temps, conseil/formation et compétence des ressources humaines), nous avons jugé nécessaire la division de cette hypothèse en 3 parties indépendantes:

**Hypothèse 7a :** *les perceptions de la disponibilité du temps influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

**Hypothèse 7b :** *les perceptions de l'accessibilité au conseil et à la formation influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

**Hypothèse 7c :** *les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés influencent positivement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes*

**Figure 8 :** Modèle explicatif théorique de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes



### Conclusion du chapitre

La capacité prédictive de l'intention entrepreneuriale élargit considérablement les perspectives de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat du moment qu'elle offre aux chercheurs la possibilité de passer de simples observateurs et explorateurs de comportements (Emin, 2003, p. 27) à des investigateurs et des anticipateurs des actes entrepreneuriaux comme l'affirment Krueger et *al.* (2000, p. 413), «*We best predict, rather than explain, any planned behavior by observing intentions toward that behavior* ». Ceci est possible grâce notamment à l'introduction des modèles psychosociologiques d'intention, basés souvent sur la théorie du comportement planifié, développée par Icek Ajzen.

Par ailleurs, l'adoption d'une approche basée sur l'intention entrepreneuriale pour explorer le phénomène de corporate entrepreneurship au niveau des entreprises a été rarement utilisée dans la littérature (Shepherd et Krueger, 2002, p. 170), ce qui représente, pour nous, une motivation supplémentaire dans la mesure où notre travail pourra contribuer à littérature existante dans ce domaine là.

Ainsi, nous avons essayé de développer, au cours de ce chapitre, un modèle d'intention entrepreneuriale réservé aux dirigeants des TPE algériennes du secteur de la pharmacie. Ce modèle tente, par le biais d'un ensemble de variables psychosociologiques, d'expliquer et de prédire la volonté des patrons d'officines algériennes à s'engager dans une activité de corporate entrepreneurship. Du coup, il dégage un certain nombre d'hypothèses qui nous assurent la transition entre la phase de conception théorique et la phase de validation empirique.

Dans le chapitre suivant, nous mettrons le modèle conçu à l'épreuve empirique afin de confirmer ou d'infirmer les hypothèses formulées. Seules les variables explicatives exerçant une influence statistiquement significative sur l'intention entrepreneuriale seront retenues dans le modèle final.

# **CHAPITRE 3 - METHODOLOGIE EMPIRIQUE EMPLOYEE**

### **Introduction du chapitre**

L'élaboration du modèle hypothético-déductif au chapitre précédent, à travers la Théorie du Comportement Planifié, nous a permis d'orienter l'explication de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur pharmaceutique vers un groupe de variables réparties sur trois catégories, à savoir les attitudes vis-à-vis du comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental.

Toutefois, pour gagner de la crédibilité, ce modèle a besoin de faire ses preuves sur le terrain. Ceci signifie qu'il est indispensable d'examiner les relations qui lient chacune des variables explicatives avec la variable expliquée. L'examen aura pour but de confirmer ou de rejeter la variable indépendante en se basant sur sa capacité explicative vis-à-vis de l'intention entrepreneuriale.

Pour cette raison, ce chapitre exposera concrètement la démarche que nous allons poursuivre afin de répondre à la problématique de cette recherche. Ainsi, la première section sera réservée à la présentation du contexte au sein duquel se trouve la population que nous ciblons. Tandis que la deuxième section sera consacrée à la construction du questionnaire utilisée dans la phase empirique

## Section 1 : Contexte socioéconomique de la population étudiée

Considéré comme un secteur stratégique, le secteur pharmaceutique en Algérie est important à la fois pour l'économie nationale en tant que créateur de richesse et d'emploi mais aussi pour la santé publique en tant que fournisseur principal du pays en médicaments (Lejeune et Boutouchent, 2007, p. 28).

Cette double vocation propulse le secteur pharmaceutique au centre des préoccupations des autorités régulatrices algériennes. Ainsi, nous constatons que l'environnement réglementaire algérien du secteur pharmaceutique est un environnement strict et rigide (Clavel, Chenouf et Boutebel, 2010, p. 19) où les autorités interviennent pour organiser les activités d'importation, de production, de distribution ou encore de commercialisation à travers un dispositif juridique composé d'un ensemble de textes et de décrets (Conseil National Economique et Social, 2003, p. 13), parmi lesquels nous citons, à titre d'exemple, le décret n° 76.138 du 23/10/1976 portant organisation de la pharmacie, celui du n°92.276 du 6/07/1992, portant code de déontologie médicale ou encore la loi n°85-05 du 16 Février 1985 relative à la protection et à la promotion de la santé. La rédaction, l'application et le contrôle d'application de ce dispositif juridique est assurée par plusieurs organismes, chacun dans sa spécialité. Il s'agit principalement du (1) Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale (MTESS) qui gère le système de sécurité sociale, détermine les médicaments remboursables et fixe les tarifs de référence ; (2) Ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme Hospitalière (MSPRH) qui dirige le dispositif national de la santé, contrôle l'enregistrement des produits pharmaceutiques, négocie les prix de médicaments à l'importation en collaboration avec le laboratoire national des produits pharmaceutiques ; (3) Ministère de l'Industrie et de la Promotion d'Investissement (MIPI) qui est responsable du développement de l'industrie pharmaceutique locale et (4) Ministère du Commerce (MIC) chargé de la fixation des marges commerciales relatives aux différentes catégories de médicament (Clavel et *al.*, 2010, p. 16)

Par ailleurs, sachant que qu'il est un produit de première nécessité, le médicament médicaments doit avoir l'autorisation du ministère de la santé et du laboratoire national du contrôle du produit pharmaceutique avant leur mise sur le marché (Clavel et *al.*, 2010,, p. 16-17). A ceci, s'ajoute le fait qu'il est soumis à une tarification étatique très sévère. En effet, dans le cas de l'importation, le Ministère de la santé négocie le prix du médicament avec l'importateur sur la base du tarif FOB (Free on Board), de l'autre coté, le Ministère du Commerce se charge du calcul de la marge commerciale en fonction des prix relatifs aux produits, selon les quatre paliers suivants : le prix supérieur à 150 DA donne droit à une marge de 7%, le prix situé entre 110.01 et 150 DA donne droit à une marge de 10%, le prix situé entre 70 et 110.01 DA donne droit à une marge de 12% et le prix inférieur à 70 DA donne droit à une marge de 17% (Clavel et *al.*, 2010, p. 17). Toutefois, ces prix ne sont pas toujours payés par le malade puisque la Caisse Nationale des Assurances Sociales pour les salariés (CNAS) et la Caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non-Salariés (CASNOS) se chargent de payer, à leurs cotisants à travers le service de *carte CHIFFA* » ou encore le service « *Tiers Payant* », les médicaments achetés selon certaines conditions (Conseil National Economique et Social, 2003, p. 55). Pour illustrer les réalisations de ce système de remboursement, Djawad Bourkaïb, directeur de la sécurité sociale au ministère du Travail, de

l'Emploi et de la Sécurité sociale (Salim, 2011), souligne que « *Pas moins de 394 médecins généralistes, 101 spécialistes et 8.551 pharmacies sont conventionnés à la CNAS qui compte 851 agences opérationnelles à travers le territoire national* ». Selon le même responsable, le système de remboursement, dont la facture s'élève à 95 milliards en 2011, couvre pas moins de 8 millions d'inscrits avec une liste de médicaments remboursables qui comprend 1346 dénominations commerciales internationales (DCI).

### 1.1. Consommation du médicament

Évaluée à 2,5 milliards de dollar en 2010 avec une croissance de 0,13 milliards de dollar par rapport à 2009, la consommation du médicament en Algérie est parmi les plus élevées des pays en voie de développement, elle s'approche de celle de l'Égypte qui a 2 fois plus d'habitants ou encore du Pakistan qui a 5 fois plus d'habitants (Clavel et *al.*, 2010, p. 11). Selon la même source, les données de 2008 montrent une consommation de 700 Millions d'unités par an. Soit près de 1,8 unité par habitant/mois, ce qui est l'équivalent de 55 \$ par habitant/an en valeur, contre 17\$ par habitant/an pour les autres pays en voie de développement.

**Tableau 2** : Evolution de la consommation annuelle moyenne des produits pharmaceutiques (en valeur) par habitant algérien, durant la période (1990 - 2008)

Année	Consommation par habitant/an (\$)
1990*	15 \$
1992**	14 \$
1995*	21,4 \$
1999*	23 \$
2006**	53 \$
2008***	55 \$

**Source** : Tableau réalisé par nos soins à partir des données de :

\*Conseil National Economique et Social (2003, p. 59).

\*\*Ziani et Ziani (2011, p. 2).

\*\*\*Clavel et *al.* (2010, p. 11).

D'après ce tableau, nous constatons une augmentation de 266% de la consommation individuelle de médicament en valeur entre 1990 et 2008. Toutefois, cette consommation traduit en réalité la dépense individuelle en consommation, ce qui veut dire que ces données sont influencées par les variations du taux d'inflation. Autrement dit, il se peut qu'il n'y ait pas eu d'augmentation de consommation en quantité mais plutôt une augmentation de prix.

Pour s'assurer de la fiabilité de l'analyse de ces données, il convient de les compléter par des données en quantités, malheureusement disponibles seulement pour trois années 1982, 1999 et 2008



**Tableau 3** : Evolution de la consommation annuelle moyenne des produits pharmaceutiques (en quantité) par habitant algérien durant les années 1982, 1999 et 2008

Année	Consommation par habitant/an (unités vendues)
1982*	13,7 UV
1999*	18 UV
2008**	21,6 UV

**Source** : Tableau réalisé par nos soins à partir des données du :

\*Conseil National Economique et Social (2003, p. 60).

\*\*Clavel et *al.* (2010, p. 11).

Ce deuxième tableau confirme les doutes concernant l'effet de l'inflation du moment que nous constatons, par exemple, que l'augmentation de la consommation individuelle en quantité entre 1999 et 2008 est de 20%, alors qu'elle est de 139,1% en valeur dans le premier tableau. Toutefois, ce tableau illustre, malgré cela, l'existence d'une augmentation de la consommation moyenne du citoyen algérien en médicament.

Pour expliquer cette croissance de consommation qui devrait enregistrer un taux de 6% en 2013 (Clavel et *al.*, 2010, p. 11), Ziani et Ziani (2011, p. 19) soulignent plusieurs raisons dont nous citons :

- L'augmentation du niveau de vie,
- La transition épidémiologique et démographique, autrement dit, l'augmentation du nombre de maladies et de la population globale du pays,
- l'amélioration de la prise en charge de certaines pathologies,
- L'assurance maladie et le système de sécurité sociale

D'autres raisons peuvent aussi s'ajouter à ces éléments telles que l'augmentation de l'espérance de vie de la population, la stagnation du taux de mortalité (Conseil National Economique et Social, 2003, p. 41), l'augmentation du nombre d'infrastructures médicales ou encore l'élargissement du réseau de distribution du médicament (OMS, 1997).

## 1.2. Offre du médicament

Le marché algérien du médicament est alimenté à travers deux sources principales qui sont l'importation et la production locale.

### 1.2.1. Importation

Elle constitue la principale source d'approvisionnement du pays en matière de médicament avec un montant de 1,674 Milliards de dollars (Centre National d'Informatique et de Statistiques, 2012), soit une part qui dépasse 80% des besoins en valeur (Lejeune et Boutouchent, 2007, p. 34). Le tableau suivant montre l'évolution des importations de médicaments entre 2006 et 2010

**Tableau 4 :** Evolution des importations algériennes de produits pharmaceutiques entre 2006 et 2010

Année	Montant des importations (Milliards de \$)	Taux de variation
2006	1,185	/
2007	1,445	+ 21,94%
2008	1,849	+27,59%
2009	1,743	- 5,73%
2010	1,674	- 3,95%

**Source :** Tableau réalisé par nos soins à partir des données du Centre National d'Informatique et de Statistiques (2012)

Nous constatons qu'il y a eu une augmentation considérable des importations de médicaments entre 2006 et 2008 atteignant jusqu'à 1,849 Milliards de dollars. Toutefois, ce montant s'est réduit de 5,73% en 2009 puis de 3,95% en 2010, ce qui peut s'expliquer par les mesures prises par les autorités afin de réduire les importations et de relancer la production locale telles que le fait d'exiger l'engagement de l'importateur dans la construction d'une unité de production pharmaceutique pour obtenir l'autorisation d'importation ou encore l'interdiction d'importation des médicaments dont les besoins sont couverts par la production nationale (Clavel et *al.*, 2010, p. 18).

En matière de pays fournisseurs, les données du CNIS 2010 montrent que la France constitue le premier fournisseur de l'Algérie en matière de médicament avec un montant de 638,09 millions de dollars, équivalent de 38,33% des importations globales. Elle est talonnée par l'Allemagne (8,02%) et la Jordanie (6,45%). A noter l'augmentation remarquable, enregistrée entre 2008 et 2009, des parts respectives du Danemark et de la Chine avec des taux de croissance respectifs de 75% et de 54% (Clavel et *al.*, 2010, p. 13)

### 1.2.2. Production Locale

Le système de production nationale rencontre beaucoup de difficultés pour se développer et pour assurer son rôle dans l'approvisionnement du pays en médicaments, du coup il ne satisfait qu'environ 19,3% (en valeur) des besoins du pays en médicaments n'utilisant que 30% de ses capacités de production (Clavel et *al.*, 2010, p. 14-15).

Bien qu'il existe environ 38 producteurs et 96 façonniers de conditionnement (Lejeune et Boutouchent, 2007, p. 28), leur contribution reste très modeste par rapport à la consommation croissante de produits pharmaceutiques, à l'exception du groupe SAIDAL qui couvre à lui seul 50% de la production locale et qui occupe la place de leader du marché global de médicament en Algérie en matière d'unités vendues avec 78 264 744 UV en 2009 soit environ de 107,21 Millions d'Euros (Clavel et *al.*, 2010, p. 12).

### 1.2.3. Distribution de gros du médicament

Les grossistes de médicament en Algérie servent d'intermédiaires entre le laboratoire de production ou l'importateur et le pharmacien. Ils constituent ensemble l'un des maillons forts de la chaîne de distribution du médicament en Algérie à cause de leur influence majeure sur la

disponibilité des produits, ce qui oblige les autorités à prendre de sérieuses mesures pour mieux les contrôler à travers, notamment, les textes et les lois tels que la Loi n° 08-13 du 17 Rajab 1429 correspondant au 20 Juillet 2008 dans ses articles 184, 186 ou encore 265 (Journal Officiel de la République Algérienne, 2008)

Dans une entrevue accordée au journal El Moudjahid (2011), le secrétaire général du ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme hospitalière, M. Bouchnak Khelladi recense un nombre important de distributeurs de médicament qui s'élève à 656 à travers le territoire national, dont environ 67% se répartissent sur 4 wilayas comme suit :

**Tableau 5 :** Répartition des distributeurs de gros sur les wilayas d'Alger, Constantine, Oran et Sétif

Wilaya	Nombre de distributeurs	% du nombre total
Alger	283	43,14%
Constantine	84	12,80%
Oran	46	7,02%
Sétif	23	3,50%

**Source :** Tableau réalisé par nos soins à partir des données d'El Moudjahid (2011)

### 1.3. Présentation de la population étudiée

Bien qu'il occupe la dernière position dans le processus de distribution du médicament, le pharmacien d'officine demeure, tout de même, un acteur principal dans le secteur pharmaceutique. En effet, il est tenu d'assurer deux rôles à la fois. D'abord, celui d'acteur de la santé publique chargé, selon l'article 195 de la loi n°85-05 du 16 Février 1985, relative à la protection et à la promotion de la santé, de « *veiller à la protection de la santé de la population par la fourniture de soins médicaux appropriés, de participer à l'éducation sanitaire et d'assurer la formation, le perfectionnement, le recyclage des personnels de santé et de participer à la recherche scientifique, conformément à la réglementation en vigueur* » (Journal Officiel de la République Algérienne, 1985). Et puis, celui du dirigeant/propriétaire d'une officine dont l'activité principale est la commercialisation des produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques comme le souligne la Loi n° 08-13 du 17 Rajab 1429 correspondant au 20 Juillet 2008, dans son article 188 (Journal Officiel de la République Algérienne, 2008). Autrement dit, le pharmacien d'officine est à la fois un acteur de santé publique et un dirigeant d'entreprise.

Etant donné la place importante qu'occupe le pharmacien dans le secteur pharmaceutique, nous avons constaté durant notre recherche des textes et des lois, que son activité est strictement réglementée. Ainsi, l'ouverture et le transfert d'une officine de pharmacie sont soumis à l'autorisation du MSP (en fonction du nombre d'officines par commune et par nombre d'habitants) selon l'arrêté du 15 Janvier 2005, la nature des produits et services vendus est déterminée par l'arrêté n°52 du 10/07/1995, les conditions d'exercice du personnel de la profession de pharmacien d'officine sont fixées par l'arrêté n°67 du 09/07/1996, les règles de bonnes pratiques de préparation en officine sont déterminées par l'arrêté n°58 du 23/07/1995 sans oublier les prix de vente des médicaments qui sont fixés à l'avance par les autorités

comme nous l'avons déjà mentionné précédemment. Ceci montre encore une fois que l'environnement juridique est très rigide et strict dans le secteur pharmaceutique en Algérie

### 1.3.1. Couverture du territoire national

Le tissu des officines pharmaceutiques en Algérie est composé, non seulement, d'officines privées, mais aussi d'officines publiques possédées et gérées par l'entreprise publique ENDIMED<sup>5</sup>, malgré que cette dernière soit en voie de disparition comme l'affirme son directeur, Mr Ammar Boumghar ; « *A terme, l'ensemble du réseau sera transféré à des jeunes pharmaciens diplômés, des professionnels qui contribueront à l'amélioration de la santé de la population.* » (ENDIMED, 2011).

En ce qui concerne le nombre d'officines à travers le territoire national, nous constatons une croissance remarquable ces dernières années, telle qu'elle est illustrée par le tableau suivant :

**Tableau 6 :** Evolution du nombre d'officine en Algérie entre 2002 et 2012

Année	Nombre de pharmacies	Taux de couverture (1 pharmacie pour X habitants)
2002	5300	5927
2007	7500	4397
2009	8232	4239
2011	9700	3704

**Source :** Tableau réalisé par nos soins à partir des données internes d'EMC<sup>6</sup> Algérie (Annexe 2)

Le nombre d'officines a considérablement augmenté depuis 2002. En 2011, EMC Algérie recense près de 9700 pharmacies à travers tous le territoire national soit 4400 pharmacies de plus par rapport à 2002 (une augmentation d'environ 83%). Autrement dit, près de 440 nouvelles officines pharmaceutiques, en moyenne, obtiennent l'agrément chaque année.

De plus, le réseau national des officines arrive à couvrir la population de mieux en mieux. Actuellement, il offre une pharmacie pour 3704 habitants marquant une nette amélioration par rapport à la situation en 2002 où il existait une pharmacie pour 5927 habitants. Toutefois ce chiffre représente une couverture moyenne qui varie clairement en fonction des régions ! Dans ce cadre, Lejeune et Boutouchent (2007, p. 51) signalent l'existence d'un déséquilibre régional en matière de couverture officinale.

L'augmentation du nombre d'officines pharmaceutiques et l'amélioration de la couverture nationale signalent une concurrence, dans le marché de distribution de détail, qui devient de plus en plus rude chaque année.

<sup>5</sup> ENDIMED : Entreprise Nationale de distribution des médicaments

<sup>6</sup> EMC Algérie : Bureau de consulting en management des officines pharmaceutiques installé à Annaba (Algérie), Franchise d'EMC Internationale.

### 1.3.2. Dimension organisationnelle de l'officine pharmaceutique

Durant notre travail au sein du bureau EMC Algérie entre 2010 et 2012 et suite à de nombreuses visites au sein des officines algériennes, nous avons constaté qu'en plus de sa mission de santé publique, l'officine pharmaceutique est, avant tout, une organisation au sein de laquelle se déroulent des activités d'exploitation, de financement et même d'investissement. En effet, l'officine de pharmacie :

- Exerce une activité de distribution,
- S'approvisionne régulièrement,
- Emploie un groupe d'individus,
- Possède un registre de commerce,
- Dépose annuellement ses états financiers
- Entretien des relations avec des clients, des fournisseurs et des intermédiaires financiers
- Possède des actifs et des passifs,
- Mobilise des ressources financières et matérielles pour atteindre ses objectifs,
- Se procure des meubles, du matériel bureautique et des outils de travail,
- Existe au sein d'un marché officiel et réglementé caractérisé par une forte concurrence.

Ces activités témoignent l'appartenance de l'officine pharmaceutique au monde des entreprises et plus précisément des très petites entreprises (TPE) appelées aussi micro-entreprises, caractérisées souvent par un effectif n'excédant pas 20 personnes (Ferrier, 2002, p. 24-25). Certes, l'officine pharmaceutique possède certaines spécificités par rapport aux autres entreprises telles que l'existence d'objectifs extra-financiers (santé publique), mais ceci n'exclut pas le fait qu'elle possède aussi une mission de distribution de médicaments à accomplir, des objectifs de profit et de pérennité (Vandenheede, 2009, p. 53), une structure organisationnelle (même si elle est informelle), des ressources financières, humaines et matérielles à exploiter et à combiner de la meilleure manière possible.

D'autre côté, le pharmacien est le seul propriétaire et gestionnaire de l'officine d'après la réglementation algérienne en vigueur (comme nous l'avons évoqué précédemment). Autrement dit, c'est le seul à pouvoir prendre des décisions concernant l'exploitation des ressources, l'exécution des tâches, l'orientation des objectifs et le développement de l'activité. Dans ce cas, le métier du pharmacien dépasse la perception du simple commerçant vendeur de médicaments mais il s'agit bien d' « *un chef d'entreprise avisé* » (Moinier, 2006, p. 3).

Ainsi, nous pouvons dire que l'officine pharmaceutique est une très petite entreprise (TPE) de distribution de produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques dont le dirigeant propriétaire est un pharmacien diplômé chargé d'assurer la gestion des différentes opérations d'exploitation, de financement et d'investissement. Cette conclusion est identique à celle tirée par les consultants du bureau EMC Algérie.

### **1.3.3. Obstacles au développement des officines pharmaceutiques algériennes**

Alors que la consommation du médicament en Algérie ne cesse d'augmenter, la distribution de détail au niveau des officines rencontre une multitude de problèmes qui pénalisent la satisfaction des besoins des patients.

Suite à un entretien de groupe organisé avec les consultants du bureau Eagle Management Consulting Algérie, nous avons pu diviser ces problèmes en deux catégories :

#### **1.3.3.1. Problèmes externes liés à l'environnement de la l'officine pharmaceutique**

Il s'agit des problèmes constatés au niveau de l'officine algérienne dont les autres acteurs du secteur sont à l'origine. Autrement dit, Ce sont des problèmes qui échappent au contrôle du patron d'officine du moment qu'ils apparaissent à des niveaux supérieurs. Parmi ces problèmes et obstacles, citons :

- La baisse des marges commerciales réservées aux officines pharmaceutiques,
- La propagation des pratiques illégales au sein de la population des pharmaciens d'officines telles que le non respect de la distance réglementaire entre deux pharmacies (200 M), l'approvisionnement à partir de sources non enregistrées ou encore la présence rare des pharmaciens dans leurs officines,
- Le diktat imposé par les distributeurs de gros qui sont considérés comme le maillon fort de la chaîne de distribution du médicament en Algérie. Pour augmenter leurs ventes, Ces derniers utilisent des pratiques qui paralysent l'activité de la pharmacie comme la vente concomitante, le système de bonus, le système de quotas, ...
- Les fortes perturbations de l'approvisionnement qui engendrent des périodes de pénurie et d'indisponibilité de médicaments mettant ainsi les pharmacies en situation de rupture de stock, ce qui provoque, automatiquement, une baisse de leurs chiffres d'affaires,
- L'augmentation des quantités de produits périmés qui est due principalement à la vente concomitante exercée par les distributeurs de gros. A noter que l'inefficacité de la gestion de stock de l'officine contribue aussi à ce phénomène,
- Les relations difficiles avec la CNAS qui oblige les pharmaciens à attendre en moyenne entre 15 jours et 1 mois pour encaisser leurs recettes, ce qui risque de provoquer un manque de liquidité au niveau de l'officine,
- L'instabilité du cadre réglementaire,
- L'unicité du diplôme de pharmacien pour divers cursus et la négligence de la formation managériale.

#### **1.3.3.2. Problèmes internes liés à la gestion de l'officine**

L'existence des problèmes externes ne signifie pas que le patron d'officine n'y est pour rien ! Lui aussi a sa part de responsabilité à travers sa gestion de l'officine. En effet, les consultants d'EMC Algérie affirment qu'il existe plusieurs problèmes dont l'origine est la mauvaise gestion de l'officine par le pharmacien. Parmi ces problèmes nous citons :

- **La mauvaise gestion de stock :** La non planification des opérations d'approvisionnement en médicaments en matière de choix de produits, choix de distributeurs, quantités commandées ou encore dates de lancement des commandes, provoque diverses situations difficiles pour l'officine telles que les ruptures de stock, le sur-stockage, la péremption de certains produits, les difficultés de paiement, ... etc.
- **La mauvaise gestion des ressources humaines :** L'absence d'un plan de carrière rassurant et motivant ainsi que le recrutement inefficace basé sur la minimisation des coûts provoquent une instabilité du personnel de l'officine qui risque, non seulement, d'engendrer des pertes de temps, d'effort et de moyens financiers mais aussi de nuire aux relations avec les clients-patients de l'officine.
- **La mauvaise gestion financière :** les prélèvements non planifiés de la caisse, la non maîtrise des consommations intermédiaires, l'endettement lourd ou encore les investissements non planifiés déséquilibrent la trésorerie de l'officine pharmaceutique algérienne, ce qui provoque, en conséquence, des problèmes de liquidité et de cessation de paiement
- **La mauvaise gestion des relations avec les clients patients :** L'accueil inapproprié des clients, le temps d'attente relativement élevé ou encore les erreurs de communication nuisent aux relations avec les clients de l'officine. Ces facteurs engendrent une insatisfaction du côté des clients pouvant, même, les pousser à changer complètement de pharmacie.
- **La mauvaise gestion des données et des informations :** Le manque, voire même l'absence, d'un système efficace de recueil et de traitement de données relatives à la performance commerciale, financière et managériale de l'officine paralyse l'opération d'évaluation des résultats réalisés, ce qui bloque à son tour le processus d'apprentissage et d'amélioration continue
- **Le mauvais aménagement de l'officine:** La présentation hasardeuse des produits sur les rayons, l'ancienneté des meubles, la négligence de la vitrine et l'espace de vente réduit donnent une image négative d'un pharmacien qui essaye de gagner le maximum d'argent avec le minimum de dépenses. Cette ambiance risque de provoquer des pertes importantes de clients.
- **L'adoption du management directif de la part du pharmacien:** La non délégation des responsabilités, l'absence des discours motivants et de partage d'informations ainsi que la communication par le biais des ordres, créent des relations difficiles entre le pharmacien et le personnel de l'officine et tuent l'esprit d'initiative chez les employés.

#### **1.3.4. Importance du rajeunissement organisationnel comme une solution aux problèmes de gestion des officines**

Les problèmes internes détectés au niveau des officines pharmaceutiques algériennes reflètent un certain déficit des méthodes organisationnelles et du système de gestion au sein de ces institutions. Ainsi, le rajeunissement organisationnel peut être, dans ce cas, très bénéfique pour résoudre certains problèmes d'organisation à travers la modernisation du système de

management des officines pharmaceutiques. Autrement dit, introduire de nouvelles méthodes managériales au sein de l'officine pharmaceutique permet d'améliorer la performance financière, d'acquérir des atouts concurrentiels et d'augmenter l'efficacité dans l'utilisation des ressources.

Cette opération, dont l'innovation, le risque et la proactivité sont ses principales caractéristiques, peut se manifester à travers diverses formes touchant les différentes fonctions de l'officine pharmaceutique, à savoir la fonction principale en l'occurrence la commercialisation ou encore les fonctions de soutien telles que la fonction financière, la fonction ressources humaines, la fonction d'approvisionnement, le système d'information et la direction générale.

Parmi les pratiques de rajeunissement organisationnel qui peuvent être instaurées au niveau des différentes fonctions de l'officine, citons à titre d'exemple :

- **Au niveau de la fonction financière :** planification des prélèvements, préparation des bilans prévisionnels, organisation de la gestion quotidienne de la trésorerie, analyse régulière de la performance financière, contrôle des coûts et planification des investissements
- **Au niveau de l'approvisionnement :** Organisation du système des commandes et détermination des différentes catégories de médicament par ordre d'importance (Chiffre d'affaires) ou encore évaluation des prestations offertes par les fournisseurs
- **Au niveau des ressources humaines :** proposition d'un plan de carrière motivant pour le personnel de l'officine, détermination précise des profils des personnes à recruter, fixation des critères efficaces pour mieux sélectionner les candidats, rémunération des employés en fonction de la performance individuelle et amélioration des compétences des ressources humaines à travers des formations spécialisées.
- **Au niveau de la commercialisation :** Formation des ressources humaines aux différentes techniques d'accueil et de vente, utilisation des techniques de merchandising pour la présentation des produits sur les rayons, réaménagement de l'espace de vente afin de réduire le temps d'attente, amélioration de la présentation de la vitrine et exploitation de nouveaux créneaux tels que la parapharmacie.
- **Au niveau du système d'informations :** Instauration d'un système de recueil, traitement et utilisation des données relatives aux ventes, stock, recettes, coûts et performance individuelle des employés de l'officine à travers l'utilisation de logiciels spécialisés.
- **Au niveau du style de direction :** Mise en place d'un organigramme déterminant les tâches et les responsabilités de chaque membre de l'équipe, formation des patrons d'officines dans la gestion d'une équipe de travail (communication, motivation et évaluation) et l'instauration de relations de confiance entre les employés et l'employeur.



## Section 2 : Construction et administration du questionnaire de la recherche

La validation empirique du modèle que nous avons présenté dans le chapitre (2) consiste à étudier, à travers les méthodes statistiques, les relations décrites dans ce modèle entre les variables explicatives, appartenant aux trois catégories (attitudes associées au comportement, normes subjectives et perceptions du contrôle comportemental), et la variable dépendante à savoir l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. Le but est de vérifier et de mesurer la capacité des variables choisies à expliquer l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines.

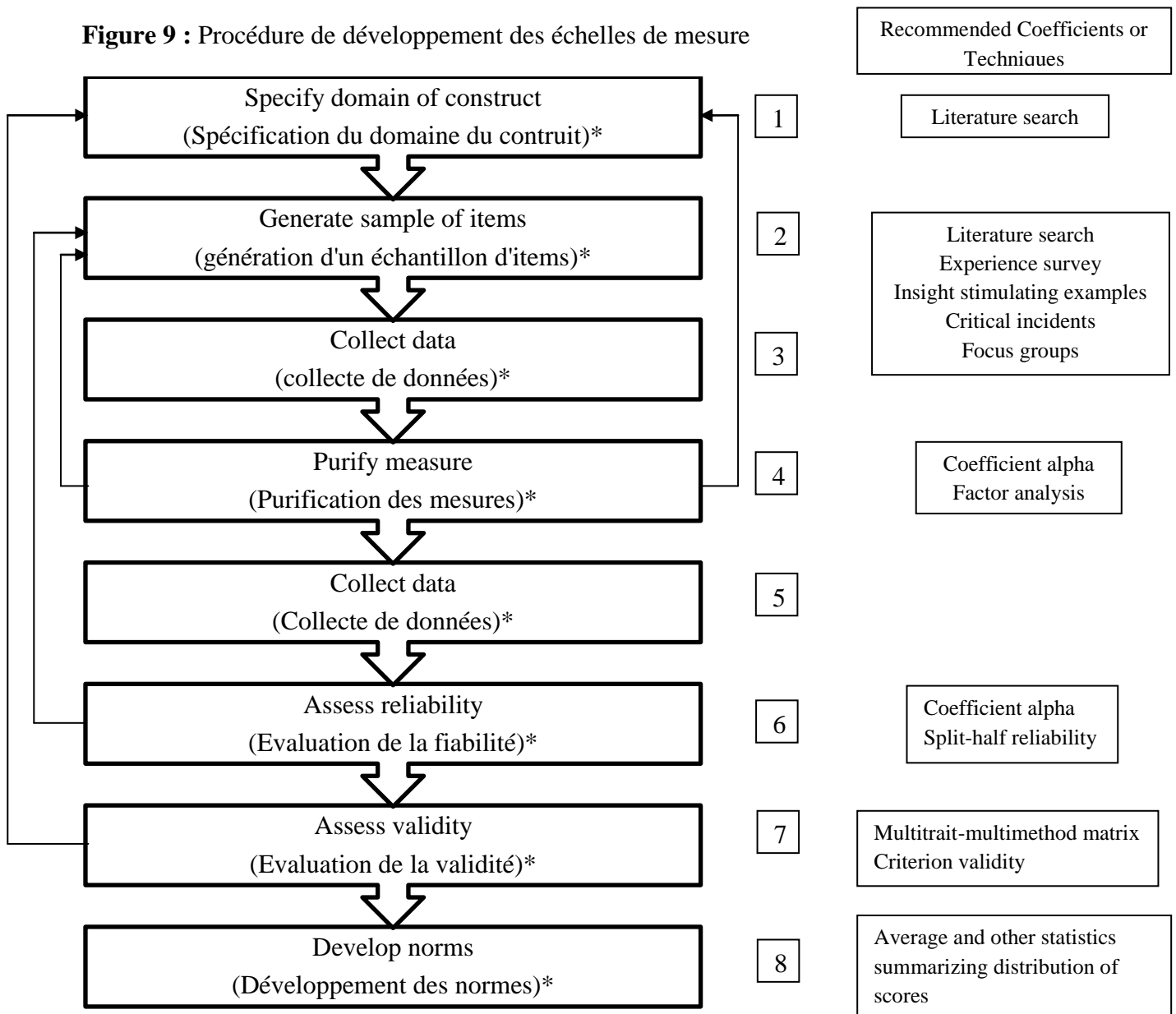
Sachant qu'il est très difficile, voire irréaliste, d'étudier ce phénomène pour tous les pharmaciens d'officines algériens, nous serons, donc, amené à concentrer nos efforts sur un échantillon représentant le plus fidèlement possible les caractéristiques de la population globale. Autrement dit, nous aurons besoin de mesurer les valeurs des différentes variables pour les « n » individus qui vont constituer notre échantillon d'étude. Ceci peut être effectué à travers un questionnaire du moment qu'il représente un outil très pratique et très efficace pour recueillir l'information souhaitée auprès des individus concernés.

Toutefois, la nature qualitative des variables mesurées rend la construction d'une échelle fiable une opération plus ou moins compliquée. Ceci suscite des interrogations quant à la capacité des échelles de mesures adoptées au questionnaire à mesurer vraiment ce que le chercheur vise à mesurer. En effet, il se peut qu'une mauvaise formulation des questions provoque une compréhension différente auprès des individus sondés, ce qui engendre à son tour une déviation des objectifs de la recherche. Pour cela, nous avons jugé indispensable de prendre certaines précautions, dans l'élaboration du questionnaire, afin de nous assurer que le contenu de ce dernier mesure vraiment les variables choisies dans notre modèle.

Dans cette optique, nous avons essayé de nous référer à la méthode mise en place par Churchill (1979) pour la construction des échelles de mesure. Ce dernier propose une démarche (Figure 9) qui permet de construire des échelles multi-items rigoureuses afin de mesurer les variables sélectionnées (Tounés, 2003, p. 212). L'utilisation des échelles multi items vient compenser les faiblesses constatées lors de l'utilisation des échelles à un seul item. Ces faiblesses résident, selon Churchill (1979, p. 66), dans l'unicité (spécificité) qui caractérise l'item unique, la faible distinction entre les individus ainsi que la baisse de fiabilité et la probabilité élevée d'erreurs.

En plus de la robustesse des échelles de mesures construites, la méthode de Churchill (1979) offre l'avantage de la flexibilité. Autrement dit, « *Elle tolère des aménagements en s'adaptant au contexte et aux objectifs de la recherche* » (Tounés, 2003, p. 213). Ainsi, nous avons essayé de respecter la démarche recommandée par cette méthode dans les limites possibles du temps et du contact avec la population ciblée.

**Figure 9 :** Procédure de développement des échelles de mesure



**Source:** Suggested procedure for developing better measures (Churchill, 1979, p. 66)

\* Traduction libre en langue française

Nous avons, donc, modulé cette méthode pour construire un cadre de travail composé de 5 principales phases, dont l'objectif est de recueillir les données nécessaires à l'analyse statistique.

### 2.1. Spécification du domaine du construit

Il s'agit, selon Churchill (1979, p. 67), de spécifier ce qui est inclus dans la définition du construit et ce qui est exclu à travers l'opérationnalisation du concept en question. L'auteur considère que ceci passe nécessairement par une revue de la littérature correspondant au concept étudié. Ce travail a été accompli lors de l'élaboration du modèle d'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes au chapitre 2 durant lequel nous avons opérationnalisé l'ensemble des variables tout en nous référant à leurs précédentes utilisations dans la littérature.

## 2.2. Génération d'un échantillon d'items

Cette étape consiste à générer un ensemble d'items reflétant les différentes dimensions du construit étudié (Churchill, 1979, p. 67). Ceci peut être effectué, selon le même auteur, en se basant sur la littérature existante, les enquêtes du terrain, les exemples similaires, la technique des incidents critiques appliquée par individu ou par groupe.

Au cours de notre travail, nous avons, dans un premier temps, consulté les travaux de recherche en rapport avec les variables sélectionnées. Ensuite, nous avons mené des entretiens individuels auprès de 6 patrons d'officines le 08 Avril 2012 afin de vérifier, d'abord, la compatibilité des items issus de la littérature avec les spécificités de la population étudiée et d'enrichir encore plus la liste des items, ce qui nous a permis finalement d'élaborer une liste d'items pour chaque variable précédemment définie. Cette liste a été envoyée, par courrier électronique, à 23 chercheurs, résidants en France, spécialistes dans l'entrepreneuriat et le management des organisations afin de lui apporter des améliorations. Cependant, nous avons enregistré un seul retour positif sur l'ensemble des emails envoyés. Cette étape s'est achevée par une rencontre de travail avec un expert en langue française le 14 Mai 2012, où la formulation grammaticale des items a été améliorée et les erreurs d'orthographe ont été corrigées.

## 2.3. Purification de l'instrument de mesure

Suite à la génération des listes d'items pour les variables à mesurer, il est indispensable, désormais, d'effectuer les tests de dimensionnalité et de fiabilité afin d'examiner la cohérence interne entre les items choisis pour un même construit (Churchill, 1979, p. 68-69). Ces tests s'inscrivent dans une « démarche par itérations qui vise à condenser les échelles du questionnaire par élimination des items qui en réduisent les qualités métriques » (Roussel et Wacheux, 2005, p. 256). Ce travail doit être effectué sur un échantillon test dont la taille doit être comprise entre 12 et 30 individus (Evrard et al, 1997, p. 245, cité par Tounés, 2003, p. 220).

Notre échantillon test, composé de 22 patrons d'officines, a été sondé le 15, 16 et 19 Mai 2012 lors des séances de travail liant ces pharmaciens au bureau de consulting EMC Algérie. Ce sondage test s'est déroulé au sein des locaux d'EMC Algérie sous forme d'un questionnaire auto-administré. En plus de répondre au questionnaire, les participants ont été priés de mentionner les mots qu'ils ont trouvés difficiles à comprendre ou encore les expressions jugées compliquées.

Les réponses collectées ont été analysées avec le logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Ainsi, en utilisant l'alpha Cronbach et l'analyse en composantes principales (ACP), nous avons testé la cohérence entre les items générés précédemment choisis afin de faire le point sur l'homogénéité des échelles développées. Ceci nous a permis de supprimer certains items et de reformuler d'autres. Ce travail s'est soldé, le 23 Mai 2012, par l'élaboration de la version finale du questionnaire de l'enquête, dans laquelle nous avons essayé de réduire au minimum possible l'erreur aléatoire de la mesure des variables étudiées.

Bien que la méthodologie décrite par Churchill (1979) recommande d'effectuer deux collectes de données différentes, à savoir deux échantillons tests avant la validation de l'outil, nous n'avons pu opérer qu'une seule collecte, procédant ainsi à un seul test des échelles de mesures. Ceci s'explique d'un côté par le manque de temps nécessaire pour effectuer deux tests séparément ainsi que par la difficulté à atteindre la population ciblée. Cependant, cette manière de procéder ne remet pas en cause la validité des échelles de mesures développées. En effet, comme nous l'avons déjà dit, le cadre proposé par cette méthode est souple, loin d'être rigide (Roussel et Wacheux, 2005, p. 248) sachant que d'autres auteurs, tels que Tounés (2003), ont déjà effectué des adaptations sur cette méthodologie.

## **2.4. Elaboration de la version finale du questionnaire**

Après avoir purifié les échelles de mesures développées précédemment, nous procédons à présent à la mise en forme de la version finale du questionnaire que fera apparaître l'objet de recherche en entête, suivi de 11 groupes de questions.

### **2.4.1. Présentation de l'objet de l'enquête**

Afin de sensibiliser les participants à ce sondage sur la nature académique du travail, nous avons formulé l'introduction à notre enquête comme suit :

#### **Questionnaire de recherche**

**Cette enquête est réalisée dans le cadre de la préparation d'une thèse de magistère à l'Ecole Supérieure de Commerce d'Alger. Elle vise à comprendre l'impact de certaines variables psychologiques sur l'adoption d'un système de gestion moderne au sein de votre officine de pharmacie ou ce qu'on appelle "le rajeunissement organisationnel" (changement organisationnel)**

**Le changement des pratiques organisationnelles (changement organisationnel) est un changement de l'organisation interne de l'officine, autrement dit, la manière avec laquelle le pharmacien d'officine gère le stock, la trésorerie, l'équipe officinale, l'approvisionnement,...etc.**

**Nous vous prions de bien vouloir répondre le plus spontanément possible à toutes les questions. Il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse. Seul votre avis nous intéresse.**

**Nous vous garantissons que les réponses resteront strictement confidentielles et anonymes. Elles ne seront utilisées qu'à des fins académiques.**

**En vous remerciant d'avance pour votre précieuse collaboration, veuillez agréer Madame, Mademoiselle, Monsieur nos sentiments de haute considération.**

**Pharmacie :**

**Année du lancement ou de reprise :**

**Wilaya :**

**Age :**

**Sexe :**

**Situation familiale :**

### 2.4.2. Intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens

La diversité des pratiques de rajeunissement organisationnel rend difficile la mesure de ce phénomène vu que nous ne pouvons pas cerner avec certitude l'ensemble de ces pratiques fragilisant ainsi la capacité de mesure d'un quelconque outil comme le notent Greenan et Mairesse (2006, p.1138-1139).

Cet obstacle exerce la même influence sur la mesure de l'intention de rajeunissement organisationnel. En effet, la question se pose par rapport aux différentes facettes du comportement en question, autrement dit, l'intention vis-à-vis de quelle forme au juste ? Est-ce par rapport aux changements des méthodes de gestion de stock ? Ou bien par rapport à l'informatisation du système d'informations ? D'un autre côté, le rajeunissement d'une grande entreprise est probablement différent de celui d'une très petite entreprise, celui d'un contexte est différent d'un autre. Ainsi, les pratiques varient en fonction du type d'entreprise, du contexte...etc.

En passant de revue la littérature ayant abordé ce sujet, nous nous apercevons de l'existence d'une large diversité des pratiques organisationnelles traitées comme le mentionnent Greenan et Mairesse (2006, p1139). Pour illustrer cela, ces derniers citent plusieurs travaux, dont nous retrouvons notamment les travaux Osterman (1994) sur l'organisation flexible du travail, les travaux de Hall (1987) sur le juste à temps ou encore la qualité totale et l'implication des hommes, les travaux de Ichniowski et *al.* (1996) sur les pratiques de gestion de ressources humaines. Toutefois, ces auteurs soulignent l'absence d'une approche globale, qui traite l'ensemble de ces aspects au même temps.

Afin de résoudre ce problème, nous avons profité de l'occasion des entretiens individuels avec les 6 patrons d'officines pour recueillir les informations concernant les nouvelles pratiques organisationnelles. Ce choix, recommandé par (Greenan et Mairesse, 2006, p1139), nous a permis d'établir une liste des pratiques de rajeunissement organisationnel ayant été, déjà, mis en œuvre par ces pharmaciens ainsi que des pratiques ciblées pour l'avenir, ce qui permet « *d'appréhender leur très grande diversité mieux que la plupart des articles empiriques sur les changements des entreprises.* » (Greenan et Mairesse, 2006, p1139-1140)

L'importance de la liste élaborée précédemment réside dans le fait que nous avons obtenu une première idée sur les nouvelles pratiques organisationnelles relatives aux officines pharmaceutiques algériennes, ce qui nous sera très utile pour introduire l'objet de la recherche. Ainsi, nous avons demandé aux participants de choisir la pratique organisationnelle qu'ils ont déjà mise en œuvre ou qu'ils entendent faire. Cette question aide les participants à mieux assimiler le terme « pratique organisationnelle », ce qui donnera plus de précision et d'exactitude à leurs réponses concernant l'intention entrepreneuriale.

**1. Quelle pratique entendez-vous mettre en œuvre ?**

- Informatisation du système d'information de gestion
- Réaménagement de l'officine
- Formation de l'équipe officinale (employés)
- Changement des horaires de travail
- Contrôle et suivi de la performance financière et commerciale de l'officine
- Evaluation des prestations des partenaires (fournisseurs, banques, CNAS, ...)
- Rémunération des employés en fonction de la performance individuelle
- Proposition d'un plan de carrières aux employés
- Exploitation de nouveaux créneaux (parapharmacie par exemple)
- Aucune pratique
- Autres pratiques

Afin de mesurer l'intention entrepreneuriale, nous nous sommes inspirés de l'échelle utilisée par Tounès (2003) ainsi que Boissin et al. (2009). Cette échelle stipule la comparaison entre le comportement en question, à savoir le rajeunissement organisationnel dans notre cas, et le comportement opposé, qui se reflète par le conservatisme et la constance.

De la sorte, nous avons développé 3 items mesurés sur une échelle Likert à 4 positions, de « très faible » à « Très forte ».

**2. Veuillez évaluer la probabilité des situations suivantes durant les 5 prochaines années**

	Très faible	Faible	Forte	Très forte
La probabilité que vous changiez les pratiques organisationnelles utilisées actuellement au sein votre officine est				
La probabilité que vous gardiez les mêmes pratiques organisationnelles actuelles est				

	Certainement les pratiques actuelles	Plutôt les pratiques actuelles	Plutôt de nouvelles pratiques	Certainement de nouvelles pratiques
Si vous devez choisir entre utiliser de nouvelles pratiques organisationnelles ou garder celles qui sont utilisées actuellement, que préféreriez-vous ?				

### 2.4.3. Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel

Dans une étude à concernant le comportement lié au choix des loisirs, Ajzen et Driver (cité par Ajzen, 1991, p. 194) ont adopté une démarche qui consistait à mener une enquête au près des personnes concernées par le comportement en leur demandant, dans un premier temps, de citer l'ensemble des avantages du comportement étudié. Ensuite, les réponses ont été analysées et les croyances les plus fréquentes ont été retenues. Ces croyances furent utilisées pour mesurer les attitudes vis-à-vis du comportement.

Dans la même optique et afin de mesurer la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel », nous avons adopté la même démarche en interviewant les 6 patrons d'officine, par rapport aux résultats attendus de la pratique de changement organisationnel. Ceci nous a permis de construire une échelle à 7 items, réduite à 3 items suite à la purification de l'échelle par le biais des tests de dimensionnalité et de fiabilité. Les (3) items sont évalués sur 4 points de « Pas d'accord du tout » à « Complètement d'accord »:

**3. Pensez-vous que le changement organisationnel au sein de l'officine....**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Permet d'améliorer le niveau d'activité ?				
Offre au pharmacien la possibilité de devancer ses concurrents ?				
Est un outil pour mieux maîtriser les coûts ?				

### 2.4.4. Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel

Pour (Thiéart, 2000, p. 3), la simplicité d'un comportement est caractérisée par sa nature prévisible et facile à prédire, le nombre limité des interactions entre ses composantes, le nombre réduit des preneurs de décisions ainsi que la possibilité de décomposer ses éléments en raison des faibles interactions.

En se référant à cette définition, nous pouvons dégager 4 caractéristiques des comportements complexes, auxquelles nous ajoutons le temps relativement long pour l'accomplissement de l'action afin de construire une échelle Likert de 6 items évalués de 1 à 4 (Pas d'accord du tout- Complètement d'accord). L'opération de purification de l'échelle à éliminé 3 items parmi ces 6 initialement choisis, donnant ainsi une échelle à 3 items ayant pour but de mesurer la complexité du rajeunissement organisationnel telle qu'elle est perçue par le patron d'officine

**4. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Les étapes du changement organisationnel sont très liées				
Il est très difficile de séparer les différentes étapes du changement organisationnel				
Le changement organisationnel nécessite beaucoup de temps				

**2.4.5. Désir du savoir**

Connue sous le nom de « motivation to know », cette variable est considérée parmi les motivations intrinsèques les plus importantes d'après Vallerand et *al.* (1992, p. 1005). Ceci s'est confirmé lors des entretiens individuels menés auprès des patrons d'officines. Ces derniers ont confirmé avoir une envie d'apprendre et d'améliorer leur compétences. Pour mesurer cette variable, nous nous appuyerons sur les travaux auxquels a contribué Vallerand (1991 ; 1992 ; 1995). Ce dernier a développé plusieurs échelles de mesure des motivations intrinsèques et extrinsèques dans plusieurs domaines. Ainsi, nous avons sélectionné un ensemble d'items qu'il a utilisé pour mesurer le désir du savoir et nous les avons adaptés en fonction du contexte de notre travail afin de construire notre échelle de mesure. L'échelle développée et maintenue suite aux tests de dimensionnalité et fiabilité est composée alors de 4 items évalués sur 4 points (Pas d'accord du tout – Complètement d'accord)

**5. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Je recherche le plaisir de découvrir de nouvelles techniques organisationnelles				
Le plaisir d'approfondir mes connaissances sur les différentes méthodes d'organisation de l'officine est important pour moi				
Pour moi, c'est très plaisant de découvrir de nouvelles méthodes d'organisation et de gestion de l'officine				
Je ressens un plaisir lorsque j'apprends des techniques d'organisation que je n'avais jamais essayées auparavant.				



**2.4.6. Quête de nouveauté**

Afin de mesurer la quête de nouveauté, nous avons utilisé l'échelle développée par Davidsson (1995) pour mesurer une variable dont l'idée est très proche, à savoir le désir de changement. Ce dernier a utilisé une échelle Likert composée de 4 items mesurés sur 4 points (Pas d'accord du tout - complètement d'accord). Les tests de dimensionnalité et fiabilité effectués sur l'échantillon test ont confirmé la fiabilité de cette échelle dans notre cas.

**6. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Afin de me sentir vraiment satisfait, j'ai besoin, souvent, d'une sorte de changement dans ma vie				
Le changement enrichit la vie de l'individu				
Je veux que les choses, auxquelles je suis habitué, restent telles qu'elles				
Je préfère vivre dans le même lieu durant toute la vie				

**2.4.7. Motivation de développement**

Le désir de développer l'activité a été cité par les 6 patrons d'officines interrogés comme étant un de leurs principaux centres d'intérêts. Ils affirment clairement que le développement de l'activité constitue un objectif très important pour eux.

Pour mesurer la motivation de développement, nous nous sommes inspirés de l'échelle utilisée par Autere et Autio (2000) en sélectionnant 2 items, employés par ces derniers, mesurés sur une échelle Likert de 4 points (Pas d'accord du tout – Complètement d'accord). Ce choix a été maintenu suite à l'opération de purification.

**7. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Grandir aussi rapidement que possible est l'objectif le plus important de mon officine				
La croissance rapide n'est pas ce qui motive mon officine				

**2.4.8. Quête de l’efficacité organisationnelle**

L’efficacité est un concept dont la signification peut varier d’un utilisateur à un autre en fonction de « *ses objectifs, son temps, sa sensibilité au risque et sa situation vis-à-vis de l’organisation* » (Morin, Guindon et Boulianne, 1996, p. 61). Ainsi, selon les mêmes auteurs, l’efficacité pour un dirigeant peut refléter la compétitivité et la rentabilité tandis qu’elle reflète l’environnement de travail pour un employé ou encore la qualité des services et des produits pour un client. Dans notre cas, nous nous intéressons à l’efficacité organisationnelle. Celle-ci fut approuvée, lors des entretiens avec les pharmaciens d’officines, comme une préoccupation centrale qui se manifeste à travers une meilleure utilisation des ressources disponibles.

Pour mesurer l’efficacité organisationnelle, Morin et *al.* (1994, cité par Morin et *al.*, 1996, p. 62) proposent de se concentrer sur 4 dimensions, à savoir la pérennité de l’organisation, l’efficience économique, les valeurs des ressources humaines et la légitimité de l’organisation auprès des groupes externes, mesurées par 13 critères.

Toutefois, nous sommes entrain de mesurer la quête de l’efficacité organisationnelle, autrement dit, la volonté approuvée par le dirigeant pour atteindre une meilleure efficacité de son organisation. Ainsi, en utilisant les 4 dimensions, nous avons développé une première échelle composée des 13 critères décrits par Morin et *al.*. La purification de cette échelle à travers les tests de dimensionnalité et de fiabilité, effectués sur l’échantillon test, a retenu uniquement 5 items. Ces derniers seront évalués sur une échelle de Likert à 4 positions (pas du tout important-très important)

**8. Veuillez indiquer le niveau d’importance de chaque proposition, pour vous, en cochant la case correspondante**

	pas du tout important	Pas important	Important	très important
Améliorer la qualité du service				
Réduire le gaspillage du temps, des ressources financières et des ressources humaines				
Mieux mobiliser les ressources humaines				
Développer les compétences des employés				
Mieux satisfaire les besoins personnels				

**2.4.9. Besoin de consolidation de la position concurrentielle**

L’évaluation de la position concurrentielle de l’entreprise passe par l’analyse de cinq principales dimensions, à savoir la position sur le marché, la puissance de la marque, la puissance promotionnelle, les critères techniques et les critères financiers (Lendrevie, Levy et

Lindon, 2006, p. 812). Ces dimensions proposent des critères spécifiques qui tentent de mesurer la place qu’occupe l’entreprise dans son marché.

En raison de la réglementation interdisant, à l’officine pharmaceutique en Algérie, d’utiliser des outils promotionnels ainsi qu’en raison de l’absence d’une activité de production, nous avons choisi d’éliminer la puissance promotionnelle et les critères techniques dans l’évaluation. D’un autre coté, sachant que nous essayons d’évaluer les intentions de consolidation de la position concurrentielle et non pas la position concurrentielle elle-même, nous avons introduit certaines modifications sur la formulation des critères des 3 dimensions restantes pour obtenir une échelle de 5 items évalués sur 4 points, de « pas du tout important » à « très important ». Cette échelle a été maintenue suite à l’étape de purification.

**9. Veuillez indiquer le niveau d'importance de chaque proposition, pour vous, en cochant la case correspondante**

	pas du tout important	Pas important	important	très important
Avoir plus de clients patients				
Améliorer l’image de l’officine aux yeux de ses clients				
Améliorer la réputation de l’officine				
Augmenter la rentabilité de l’officine				
Consolider la puissance financière de l’officine				

**2.4.10. Perceptions de l’approbation des experts en gestion**

Au cours des entretiens menés auprès des pharmaciens d’officines, nous avons constaté que ces derniers faisaient très attention à ce que leur recommandent les comptables, les banquiers ou encore les consultants en gestion. Ils affirment, eux-mêmes, que l’avis de ces experts compte dans la prise des décisions liées à la gestion et l’organisation de l’officine.

Afin de mesurer la position favorable ou défavorable des experts en gestion, telle qu’elle est perçue par le patron d’officine, vis-à-vis du changement organisationnel que ce dernier envisage, nous nous sommes inspirés de l’échelle développée par Ajzen, Joyce, Sheikh et Cote (2011, p. 105) pour mesurer les attentes, perçues par l’individu, des personnes importantes à ses yeux par rapport à la conservation de l’énergie. Cet outil de mesure est composée de 4 items évalués sur une échelle de 4 points allant de « pas d’accord du tout » jusqu’à « complètement d’accord ». Les résultats des tests de dimensionnalité et de fiabilité effectués sur l’échantillon test ont été favorables au maintien des 4 items initialement choisis.

**10. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Les experts en gestion approuvent l'idée du changement organisationnel				
Les experts en gestion encouragent le changement et la modernisation de l'organisation et des méthodes de gestion de l'officine				
Je sens une pression de la part des experts en gestion pour que je change et je rénove l'organisation et les méthodes de gestion de l'officine				
Les experts en gestion seront d'accord pour une rénovation au sein de l'officine				

#### 2.4.11. Perceptions des aptitudes à la conduite du changement

Tout projet de changement passe, selon Collerette et *al.* (1997, p. 45), par 4 phases, à savoir le diagnostic de la situation insatisfaisante, la planification des actions, l'exécution du plan d'actions et l'évaluation des résultats obtenus. Chaque phase nécessite des aptitudes et des compétences spécifiques pour accomplir les tâches qui lui sont liées.

Pour mesurer les perceptions des aptitudes à la conduite du changement, nous nous sommes inspirés des descriptions des phases données par Collerette et *al.* (1997, p. 45) pour élaborer une liste des tâches critiques à maîtriser durant chaque phase comme l'a fait Boissin et *al.* (2009, p. 39). Ceci nous a donné après purification à travers les tests de dimensionnalité et de fiabilité effectués sur l'échantillon test, 3 échelles mesurant les 3 variables suivantes :

- **Perceptions des aptitudes à la planification du changement :** L'échelle mesurant cette variable est composée de 6 items représentant les tâches liées à la phase de planification. Pour chaque tâche (item) sélectionnée, le répondant doit se positionner sur une échelle de Likert à 5 positions, de « pas du tout capable » à « tout à fait capable » indiquant, du coup, son niveau de maîtrise de la tâche en question.
- **Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement :** L'échelle mesurant cette variable est composée de 3 items représentant les tâches liées à la phase de mise en œuvre du projet de changement. Le même principe de mesure que la variable précédente est adopté (5 positions indiquant les niveaux de maîtrise)

- **Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement** : L'échelle qui mesure cette variable est composée de 2 items qui représentent les tâches liées à la phase de contrôle et d'évaluation du changement. Le participant répond en indiquant son niveau de maîtrise, de « pas du tout capable » à « tout à fait capable » pour chaque tâche.

**11. Veuillez indiquer votre niveau de maîtrise pour chacune des tâches suivantes en cochant la case correspondante**

	Pas du tout capable	Pas vraiment capable	Moyennement capable	Plutôt capable	Tout à fait capable
<b>Planification du changement</b>					
Collecter les données commerciales et financières sur la situation actuelle de l'organisation					
Interpréter les données collectées					
Définir les objectifs du changement organisationnel					
Choisir les moyens d'actions					
Etablir un plan d'action					
Concevoir et élaborer les outils de contrôle et d'évaluation du changement organisationnel					
<b>Mise en œuvre du changement</b>					
Mettre en œuvre l'action de changement					
Gérer la résistance au changement des employés					
Motiver et mobiliser l'équipe officinale pour s'adapter au changement					
<b>Contrôle et évaluation du changement</b>					
Evaluer les résultats du changement organisationnel					
Prendre des mesures de correction et d'ajustement					

**2.4.12. Perceptions de l’accessibilité aux ressources**

Afin de réaliser un projet de changement organisationnel, l’entreprise aura besoin d’employer 3 types de ressources, à savoir les ressources humaines qualifiées (Beer et Walton, 1987, p. 353), le temps (Beer et Walton, 1987, p. 353 ; Adenfelt et Lagerstrom, 2006, p. 85), ainsi que l’information et le conseil (Birkinshaw et al., 2008, p. 832)

Nous avons construit, donc, 3 échelles indépendantes pour mesurer les croyances des patrons d’officines vis-à-vis de l’accessibilité à ces ressources. Autrement dit, ces échelles mesurent les variables suivantes:

- **Perceptions de la disponibilité du temps**
- **Perceptions de l’accessibilité à la formation et au conseil**
- **Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés**

Chaque échelle utilisée est composé de 2 items évalués sur 4 points (Pas d’accord du tout- Complètement d’accord)

<b>12. Veuillez indiquer votre niveau d’accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante</b>				
	Pas d’accord du tout	Pas d’accord	D’accord	Complètement d’accord
<b>Disponibilité du temps</b>				
Il y a suffisamment de temps pour adopter de nouvelles méthodes de gestion				
L’emploi du temps actuel du pharmacien lui donne suffisamment de temps pour tenter de nouvelles idées au sein de son officine				
<b>Accessibilité à la formation et au conseil</b>				
Il est facile de trouver un organisme qui dispose des formations en gestion de l’officine				
Il est facile de trouver un bureau de conseil ou un organisme qui assure l’accompagnement et le conseil lors de la mise en œuvre du changement organisationnel				
<b>Disponibilité des employés qualifiés</b>				
Il est facile de trouver des employés compétents pour mettre en œuvre le projet de changement				
Le niveau de compétence actuelle des employés de l’officine leur permet de comprendre et d’exécuter l’action de changement facilement				

## 2.5. Présentation de l'échantillon étudié et de la méthode d'échantillonnage

Notre recherche vise à étudier, en amont, le phénomène de corporate entrepreneurship au niveau des très petites entreprises algériennes du secteur de la pharmacie, autrement dit, l'intention des dirigeants de ces TPE de s'engager dans cette pratique. Ainsi, les individus composant notre base d'échantillonnage sont des pharmaciens diplômés, résidant en Algérie, possédant et gérant leurs propres officines pharmaceutiques.

Afin d'atteindre cette population, nous avons envisagé au début quatre possibilités, à savoir l'enquête en face à face, autrement dit, le déplacement au niveau des officines pharmaceutiques, l'usage du courrier électronique, la collaboration avec les organismes regroupant les pharmaciens d'officines algériens pour organiser une rencontre de groupe durant laquelle le questionnaire sera auto-administré ou encore le contact en ligne à travers le réseau social « FACEBOOK ».

La première alternative s'est avérée après une première expérience très difficile pour diverses causes, citons à titre d'exemple l'absence des pharmaciens propriétaires, la charge importante de travail et le manque de temps nécessaire au niveau des officines, les fausses promesses, la peur vis-à-vis des informations communiquées...etc. Quant à la deuxième alternative, près de 100 emails ont été envoyés à des pharmaciens algériens propriétaires d'officines à partir de la base de données EMC Algérie, pour recueillir finalement 5 réponses seulement. Ceci s'explique par plusieurs raisons telles que la méfiance, le changement d'adresses électroniques ou encore la fréquence faible d'utilisation des boîtes email. La troisième option consistait à contacter les organismes regroupant les pharmaciens d'officines afin de bénéficier de leurs vastes réseaux de pharmaciens. Dans cette optique, nous avons contacté plusieurs organismes tels que le Syndicat National Algérien des Pharmaciens d'Officines (SNAPO), le Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens, le groupement de pharmaciens GPU, le groupement de pharmaciens BAHIA PHARM ou encore le groupement de pharmaciens PHARMA INVEST. Le premier contact a été, souvent, positif, cependant, la suite ne l'était malheureusement pas. En effet, malgré que nous ayons insisté plusieurs fois auprès des dirigeants de ces organismes, nous n'avons pas pu obtenir une collaboration positive de leur part.

Ainsi, notre choix s'est orienté vers l'administration en ligne du questionnaire à travers le réseau social « FACEBOOK ». Cet outil, devenu récemment un des meilleurs outils de communication à travers le monde (Joinson, 2008, p. 1027), permet d'entrer en contact avec une large population en peu de temps, avec un minimum de coût et un maximum d'étendu. A cela s'ajoute le fait qu'il est utilisé souvent comme un moyen de détente, ce qui permet de mettre les individus dans de meilleures dispositions psychologiques pour répondre à un questionnaire du moment qu'ils sont loin du stress et de la saturation qui accompagnent leur journée de travail. Ceci sans oublier les capacités techniques très développées qu'offre cet outil (Ellison, Steinfield et Lampe, 2007, p. 1144), telles que les profils détaillés, la discussion instantanée ou encore l'échange de fichiers.

Toutes ces raisons et ces facilités, qu'offre aujourd'hui ce réseau social, rendent l'administration électronique du questionnaire non seulement pratique et large mais aussi

précise. En effet, l'administration du questionnaire sur FACEBOOK peut être accompagnée d'une série d'explications étant donné que ce réseau social permet de discuter avec la personne au même temps qu'elle remplit le questionnaire, ce qui aide considérablement à éviter les erreurs d'interprétation et d'incompréhension garantissant, du coup, une meilleure précision dans les réponses.

Notre démarche a consisté à repérer, dans un premier temps, les profils FACEBOOK correspondant aux pharmaciens algériens propriétaires d'officines. Nous avons, alors, commencé la recherche de ces profils à partir du 03 Mars 2012. Cette opération s'est achevée le 20 Mai 2012, après avoir repéré près de 500 profils FACEBOOK affichant a priori des informations adéquates aux critères annoncés précédemment. Ces pharmaciens ont été contactés, d'un côté, pour leur expliquer l'objet de ce travail et pour confirmer leur appartenance à la population étudiée de l'autre côté. L'opération d'authentification consistait à comparer les informations communiquées par les pharmaciens interrogés et notamment le nom de la pharmacie ainsi que la date de sa création avec la base de données des pharmacies algériennes possédée par le bureau EMC Algérie. Toutefois, aucune date de début ne leur a été communiquée en leur précisant qu'une fois prêts, nous les contacterons une deuxième fois.

Par ailleurs, la taille de l'échantillon représente une question cruciale dans toute recherche et demeure, jusqu'à présent, un sujet de débat (Tounés, 2003, p. 245). En effet, plusieurs approches existent et à un moment donné il faut faire un choix. Ainsi, nous avons décidé de nous référer, encore une fois, à la méthode de Churchill (1979) qui recommande la constitution d'un échantillon comportant « 5 à 10 fois plus d'individus qu'il n'y a d'items introduits dans une même ACP. Cette dernière doit regrouper le plus grand nombre d'items » (Tounés, 2003, p. 246)

En étant composée de 6 items, l'ACP qui contient le maximum d'items, dans notre cas, correspond à la question mesurant les perceptions des aptitudes à la planification du changement. Avec une taille d'échantillon de 120 individus sélectionnés aléatoirement, soit 20 fois l'ACP contenant le plus d'items, nous respectons amplement la recommandation de Churchill (1979).

L'opération d'administration du questionnaire en ligne sur le réseau social FACEBOOK s'est étalée entre le 22 Mai et le 25 Juin 2012. Au cours de cette période, 120 patrons d'officines, appartenant à la population dont les profils ont été précédemment trouvés, ont été aléatoirement sélectionnés et contactés pour participer au sondage. Afin de garantir un maximum de fiabilité et de précision, nous avons accompagné les participants au sondage pendant qu'ils répondaient au questionnaire en leur fournissant des éclaircissements et des explications par rapport aux questions ou aux notions jugées difficiles à comprendre. Ceci a été possible grâce à la fonctionnalité de discussion instantanée offerte par le réseau social FACEBOOK



### **Conclusion du chapitre**

Bien que le secteur pharmaceutique en Algérie enregistre une forte croissance durant les vingt dernières années, la situation du pharmacien d'officine, qui reste un acteur principal du secteur, n'affiche pas les mêmes certitudes. En effet, plusieurs difficultés, à la fois internes et externes, paralysent le développement de l'officine pharmaceutique et menacent même sa pérennité sur le moyen et le long terme. Par ailleurs, si les problèmes externes demeurent de la responsabilité des autorités régulatrices, nous ne pouvons pas dire la même chose sur les problèmes internes, qui relèvent quant à eux de la gestion du pharmacien lui-même. Dans ce cadre, le renouvellement organisationnel offre, aux dirigeants de ces TPE pharmaceutiques, plusieurs pratiques qui peuvent résoudre les problèmes internes liés à la gestion de l'officine pharmaceutique.

Afin de mesurer l'intention entrepreneuriale des dirigeants des officines pharmaceutiques algériennes ainsi que ses antécédents, nous nous sommes inspirés de la méthodologie développée par Churchill (1979) afin de construire des outils de mesures aux différentes variables étudiées. Cela nous a permis de concevoir le questionnaire de recherche, qui fut ensuite distribué au sein de d'un échantillon de pharmaciens algériens propriétaires et dirigeants d'officines.

**CHAPITRE 4 - VALIDATION D'UN MODELE  
D'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES  
DIRIGEANTS DE TPE PHARMACEUTIQUES**

### **Introduction du chapitre**

La conception théorique du modèle d'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE, réalisée dans le chapitre 2, reste fragile du moment qu'elle n'a pas été mise à l'épreuve empirique. Autrement dit, cette conception ne sera validée complètement ou partiellement qu'après l'examen des relations supposées existantes entre l'intention entrepreneuriale d'un coté et les attitudes vis-à-vis du comportement entrepreneurial, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental d'un autre coté à travers les tests économétriques.

Ainsi, ce chapitre sera consacré, dans un premier temps, à l'analyse des données collectées auprès des 120 dirigeants d'officines pharmaceutiques algériennes ayant participé au sondage mené au cours de ce travail, ce qui nous permettra de décrypter la composition de l'échantillon étudiée. Ensuite, nous procéderons à l'examen des hypothèses de la recherche en mobilisant à la fois l'analyse bivariée et multivariée. Enfin, nous conclurons ce chapitre avec le modèle validé d'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur de la pharmacie

## Section 1 : Analyse des données sociodémographiques et de l'homogénéité des échelles

Après avoir terminé le sondage, nous avons procédé à une codification des données collectées à travers un système unipolaire allant de 1 jusqu'à 4 ou 5 en fonction des échelles utilisées. Ensuite, nous avons utilisé le logiciel statistique SPSS afin d'étudier, dans un premier temps, la répartition de l'échantillon en fonction des critères sociodémographiques et d'analyser ensuite l'homogénéité des échelles.

### 1.1. Description de la population étudiée

La répartition de notre échantillon par sexe, par âge, par wilaya, par situation familiale et par date de création ou de reprise est comme suit :

#### 1.1.1. Répartition par sexe

La répartition par sexe indique une certaine prédominance du sexe masculin avec 60,00% contre 39,17% pour le sexe féminin.

**Tableau 7:** Répartition de l'échantillon étudié par sexe

Sexe	Nombre d'individus	Pourcentage
Masculin	72	60,00%
Féminin	47	39,17%
Pas de réponse	1	0,83%
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données collectées lors du sondage

#### 1.1.2. Répartition par âge

Les données relatives aux tranches d'âges des individus appartenant à l'échantillon étudié montrent une certaine prédominance des « jeunes » pharmaciens avec 40,00% pour la tranche [30-39] ans et 26,67% pour la tranche [20-29] ans. De l'autre côté, nous remarquons un certain recul de l'ancienne génération, à savoir les tranches [50-59] ans et plus de 60 ans, avec des parts respectives de 5,00% et de 1,67%. A noter que l'âge moyen des personnes ayant indiqué leurs âges (113 personnes) est de 35,3 ans

**Tableau 8 :** Répartition de l'échantillon étudié par âge

Age	Nombre d'individus	Pourcentage
[20-29] ans	32	26,67%
[30-39] ans	48	40,00%
[40-49] ans	25	20,83%
[50-59] ans	6	5,00%
>= 60 ans	2	1,67%
Pas de réponse	7	5,83%
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données collectées lors du sondage

### 1.1.3. Répartition par région

Grace à l'étendue du réseau social FACEBOOK, nous avons pu atteindre diverses régions algériennes. Ainsi, nous avons enregistré la participation des individus provenant de 38 wilayas, soit 79,16% du territoire national, avec un léger avantage aux régions d'Annaba (10,00%), Skikda (7,50%), Alger (7,50%) ou encore Batna (5,83%). Cette variété consolide encore plus notre travail du moment que notre choix porte sur le dirigeant de la TPE algérienne du secteur de la pharmacie et ne porte pas uniquement sur les pharmaciens d'officines des grandes villes. Ainsi, nous avons essayé de couvrir le maximum possible du territoire national..

**Tableau 9:** Répartition de l'échantillon étudié par région

Wilaya	Nombre d'individus	Pourcentage
Adrar	2	1,67%
Ain Défla	1	0,83%
Alger	9	7,50%
Annaba	12	10,00%
Batna	7	5,83%
Bechar	1	0,83%
Bejaia	1	0,83%
Biskra	4	3,33%
Blida	3	2,50%
Bordj Bou	3	2,50%
Boumerdes	1	0,83%
Chlef	2	1,67%
Constantine	5	4,17%
Djelfa	1	0,83%
El Taref	1	0,83%
Ghardaia	2	1,67%
Jijel	3	2,50%
Khenchela	3	2,50%
Mascara	4	3,33%
Medea	1	0,83%
Mila	1	0,83%
Mostaganem	1	0,83%
M'sila	1	0,83%
Naama	2	1,67%
Oran	5	4,17%
Ouargla	1	0,83%
Oued Souf	1	0,83%
Oum el Bouaghi	1	0,83%
Relizane	2	1,67%
Setif	4	3,33%
Sidi Belabes	2	1,67%
Skikda	9	7,50%
Soukahras	6	5,00%
Tebessa	1	0,83%

Tiaret	1	0,83%
Tipaza	4	3,33%
Tissemsilt	3	2,50%
Tlemcen	4	3,33%
pas de réponse	5	4,17%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données collectées lors du sondage

#### 1.1.4. Répartition en fonction de la situation familiale

L'échantillon étudié est composé de 34,17% de personnes célibataires contre 58,33% de personnes mariées. Nous constatons aussi l'existence d'un faible part de personnes divorcées ou encore veuves avec 1,67% et 0,83% respectivement

**Tableau 10 :** Répartition de l'échantillon étudié en fonction de la situation familiale

situation familiale	Nombre d'individus	Pourcentage
Célibataire	41	34,17%
Marié (e)	70	58,33%
Divorcé (e)	1	0,83%
Veuf (ve)	2	1,67%
Pas de réponses	6	5,00%
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données collectées lors du sondage

#### 1.1.5. Répartition en fonction de la date de création ou de reprise de l'officine pharmaceutiques

Nous constatons que 83,33% des pharmaciens sondés ont commencé l'activité durant les 20 dernières années avec une nette prédominance de la période [2002-2012] où 65,00 des patrons d'officines appartenant à l'échantillon étudié ont lancé leurs officines pharmaceutiques, ce qui se réfère à un passé plus ou moins récent.

**Tableau 11:** Répartition de l'échantillon étudié en fonction de la date de création ou de reprise de l'officine pharmaceutiques

Date de création ou de reprise	Nombre d'individus	Pourcentage
>1982	1	0,83%
[1982-1991]	7	5,83%
[1992-2001]	22	18,33%
[2002-2012]	78	65,00%
Pas de réponse	12	10,00%
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données collectées lors du sondage

### 1.1.6. Répartition en fonction des pratiques organisationnelles mises déjà en place ou envisageables à l'avenir

Bien que cette question ne concerne pas des données sociodémographiques mais son emplacement reste très important dans le questionnaire. D'après les réponses enregistrées, nous constatons que l'« information du système de gestion » occupe largement la tête du classement des pratiques organisationnelles déjà mises en place ou envisageables à l'avenir avec une part de 75,00%, ce qui exprime clairement l'orientation prise par les pharmaciens propriétaires d'officines envers l'utilisation des logiciels informatiques de gestion. Derrière, nous retrouvons notamment 4 pratiques, à savoir le « réaménagement de l'officine », le « contrôle et suivi de la performance financière et commerciale de l'officine », l'« Evaluation des prestations des partenaires » et la « Formation de l'équipe officinale » obtenant des parts respectives de 56,67%, 55,83%, 50,83% et 50,83%. Enfin, nous remarquons que 4,50% des individus sondés n'ont jamais appliqué ni envisagé les pratiques organisationnelles proposés dans la question 1.

**Tableau 12:** Répartition de l'échantillon étudié en fonction des pratiques organisationnelles mises déjà en place ou envisageables à l'avenir

Pratique organisationnelle	Nombre d'individus	Pourcentage
Informatisation du système d'information de gestion	90	75,00%
Réaménagement de l'officine	68	56,67%
Formation de l'équipe officinale (employés)	61	50,83%
Changement des horaires de travail	49	40,83%
Contrôle et suivi de la performance financière et commerciale de l'officine	67	55,83%
Evaluation des prestations des partenaires (fournisseurs, banques, CNAS,...)	61	50,83%
Rémunération des employés en fonction de la performance individuelle	46	38,33%
Proposition d'un plan de carrières aux employés	21	17,50%
Exploitation de nouveaux créneaux (parapharmacie par exemple)	45	37,50%
Aucune pratique	5	4,17%
Autres pratiques	10	8,33%

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données collectées lors du sondage

## 1.2. Analyse de l'homogénéité des échelles

Afin d'analyser l'homogénéité des échelles développées au cours de ce travail, nous avons utilisé deux principaux outils qui sont l'analyse en composantes principales (ACP) et le coefficient Alpha de Cronbach ( $\alpha$ ) dans le but de vérifier respectivement la dimensionnalité et la fiabilité des échelles utilisées. Pour chaque outil, des normes ont été instaurées afin de garantir que les échelles développées et utilisées lors du sondage sont fiables et que les items qui les constituent sont cohérents.

### 1.2.1. Présentation de l'analyse en composantes principales (ACP)

L'importance de l'utilisation de cette méthode, basée principalement sur l'analyse factorielle, réside dans le fait qu'elle permet de « résumer de grands ensembles de données quantitatives » (Casin, 1999, P. 33). En effet, L'ACP génère de nouvelles variables appelées dimensions (facteurs, composantes ou encore axes) qui regroupent, dans notre cas, les items initiaux choisis dans une ou plusieurs structures factorielles en échange de la perte d'une partie de l'information recueillie. Ainsi, par exemple, au lieu d'étudier 4 ou 5 items indépendamment, nous pourrions étudier une ou deux structures factorielles résultant de la combinaison de ces items. Ces derniers possèdent des contributions factorielles spécifiques qui reflètent le degré de leur importance par rapport à la dimension en question.

D'un autre côté, l'ACP ne se contente pas de résumer les items mais elle contribue aussi à éliminer quelques uns provoquant des problèmes de cohérence interne. Toutefois, cette opération ne se fait pas au hasard mais elle repose sur certaines normes recensées par Tounés (2003, p. 258-259) sur la base des travaux de Galens et Roussel (1998) et d'Evrard et *al* (1997) comme suit :

- L'élimination, soit, des items ayant des contributions factorielles supérieures à 0,3 sur plusieurs dimensions, soit des items ayant une contribution factorielle inférieure à 50% sur toutes les dimensions (axes),
- La sélection des facteurs dont les valeurs propres initiales sont supérieures à 1,
- La sélection d'un nombre d'axes restituant un pourcentage de la variance totale au moins égal à 50%.

Dans notre étude, les items ayant une contribution factorielle inférieure à 50% sur toutes les dimensions (axes) ont été éliminés. De l'autre côté, seuls les axes expliquant un minimum cumulé de 50% de variance totale ont été retenus, sachant que pour le cas où il existe des items ayant des contributions factorielles supérieures à 0,3 sur plusieurs axes, une rotation du type « Varimax » sera introduite afin d'ajuster la structure proposée par l'ACP.

### 1.2.2. Présentation du coefficient Alpha de Cronbach

Cet outil a pour but de mesurer la fiabilité (fidélité) des échelles de mesure construites, autrement dit, « la capacité d'un instrument à mesurer de façon constante le construit qu'il est censé mesurer » (Evrard et *al.*, 2009, cité par Carricano, Poujol et Bertrandias, 2010, p. 61). Le but derrière l'utilisation du coefficient Alpha de Cronbach est, donc, la mesure de la cohérence interne entre les items composant une même échelle (Carricano et *al.*, 2010, p. 61).



Ainsi, les items diminuant le score du coefficient seront éliminés. Ceci implique qu'il devrait y avoir un seuil d'acceptabilité pour ce coefficient qui représente une norme d'acceptation ou de rejet.

Sachant que notre étude est de nature exploratoire, du moment qu'aucune étude précédente n'a traité la même problématique, du moins en Algérie, nous avons retenu un seuil de 0,60, ce qui est conforme au seuil minimum significatif recommandé par Evrard et al (1997, p. 292, cité par Tounés, 2003, p. 260) ou encore par Igalens et Roussel (1998, p. 49, cité par Tounés, 2003, p. 260) pour une étude à caractère exploratoire. En cas de la présence d'un Alpha inférieur au seuil choisi, nous nous intéresserons au score de chaque item afin de vérifier si la suppression de l'un des items augmente le coefficient de fiabilité au-delà du seuil minimum. Si c'est le cas, l'item sera éliminé de l'échelle en question.

### 1.2.3. Examen de l'homogénéité des échelles utilisées

Après avoir présenté l'analyse en composantes principales et le coefficient Alpha de Cronbach, méthodes utilisées respectivement pour tester la dimensionnalité et la fiabilité des instruments de mesure développés, autrement dit, l'homogénéité des échelles, nous procéderons à présent aux tests des diverses échelles que nous avons utilisés au cours de notre enquête.

#### 1.2.2.1. La variable « intention entrepreneuriale »

Afin de mesurer l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines, nous avons construit une échelle comportant 3 items (IE1, IE22 et IE 3). L'analyse en composantes principales (ACP) montre que ces 3 items se rapportent de manière significative, avec des contributions factorielles supérieures à 0,74, à la même composante formant ainsi une dimension unique pour la variable en question. Cette composante représente 62,43% de l'information recueillie durant notre enquête.

**Tableau 13:** Analyse en composantes principales de la variable « intention entrepreneuriale »

Qualité de représentation						
		Initial			Extraction	
IE1		1,000			,687	
IE22		1,000			,634	
IE3		1,000			,551	
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus	
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
	1	1,873	62,432	62,432	1,873	62,432
	2	,645	21,498	83,930		
	3	,482	16,070	100,000		

Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.	
<b>Matrice des composantes <sup>a</sup></b>	
	<b>Composante</b>
	1
IE1	,829
IE22	,796
IE3	,743
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.	
<b>a : 1 composante extraite.</b>	

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

L'approfondissement des résultats de l'ACP à travers le test de fiabilité (Alpha Cronbach) indique une bonne cohérence interne entre les 3 items constituant l'échelle utilisée pour mesurer l'intention entrepreneuriale. En effet, le  $\alpha$  global est égal à 0,698, ce qui est supérieur à la norme retenue qui est de 0,60

**Tableau 14:** Alpha de Cronbach de la variable « intention entrepreneuriale »

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		Nombre des Items	
,698		,698		3	
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total Corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item Supprimé
IE1	5,6000	1,788	,566	,326	,538
IE22	5,5333	1,898	,518	,287	,600
IE3	5,3167	1,949	,459	,214	,675

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.2. La variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel »

Cette variable a été mesurée à travers 3 items à savoir « EP1 » (efficacité perçue dans l'amélioration du niveau d'activité), « EP2 » (efficacité perçue dans l'acquisition d'avantages concurrentiels) et « EP3 » (efficacité perçue dans la maîtrise des coûts). L'ACP indique que ces 3 items forment une seule composante expliquant 59,21% de la variance totale. La contribution factorielle de chacun des items utilisés est supérieure à 0.70. L'échelle ainsi constituée pour mesurer la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel » est unidimensionnelle.

**Tableau 15:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel »

<b>. Qualité de représentation</b>							
		Initial			Extraction		
EP1		1,000			,665		
EP2		1,000			,611		
EP3		1,000			,501		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Variance totale expliquée</b>							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
1	1,777	59,218	59,218	1,777	59,218	59,218	
2	,704	23,453	82,671				
3	,520	17,329	100,000				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Matrice des composantes<sup>a</sup></b>							
		Composantes					
		1					
EP1		,816					
EP2		,781					
EP3		,708					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

D'après le test de fiabilité, l'échelle utilisée pour mesurer la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel » est fiable. En effet, le coefficient Alpha Cronbach affiche une valeur supérieure au seuil minimal (0,60) qui est de 0,650. Ceci consolide les résultats obtenus lors de l'analyse en composantes principales, ce qui nous amène à retenir la totalité des 3 items choisis.

**Tableau 16 :** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel »

<b>Statistique de fiabilité</b>		
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach après standardisation des items	N of Items
,650	,654	3

Statistiques pour l'échelle					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
EP1	5,9250	1,499	,525	,280	,474
EP2	6,1917	1,299	,471	,245	,543
EP3	5,9833	1,596	,396	,164	,634

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.3. La variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel »

L'analyse en composantes principales montre l'unidimensionnalité de l'échelle utilisée pour la mesure de cette variable. En effet, cette analyse fait ressortir une dimension unique à laquelle se rapportent les 3 items utilisés (CMXP1, CMXP2 et CMXP3). Ces derniers affichent des contributions factorielles supérieures 0,79 à l'exception de l'item « CMXP3 » dont la contribution factorielle est de 0,414. Cette composante explique 50,66% de la variance totale.

**Tableau 17:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel »

Qualité de représentation							
		Initial			Extraction		
CMXP1		1,000			,636		
CMXP2		1,000			,713		
CMXP3		1,000			,171		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
Variance totale expliquée							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
1	1,520	50,663	50,663	1,520	50,663	50,663	
2	,949	31,631	82,294				
3	,531	17,706	100,000				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
Matrice des composantes <sup>a</sup>							
		Composante					
		1					
CMXP2		,844					
CMXP1		,797					
CMXP3		,414					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Le test de fiabilité révèle une certaine fébrilité dans la cohérence interne de l'échelle avec Alpha de Cronbach plus ou moins faible (0,48). Ceci est inférieur à la norme retenue (0.60). Une telle valeur s'explique surtout par une faible corrélation entre l'item 3 (CMXP 3) et le reste des items (CMXP1 et CMXP2), ce qui confirme la faible contribution factorielle de l'item 3 qui est de 0,414, trouvée suite à l'analyse en composantes principales dans la première phase. Nous avons choisi, alors, de retenir uniquement les 2 premiers items (CMXP1 et CMXP2) et d'éliminer les données collectées concernant l'item 3 (CMXP3), ce qui fera augmenter le alpha de Cronbach à 0,625 (selon la dernière colonne du tableau « statistiques pour l'échelle » ci-dessus)

**Tableau 18:** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel »

<b>Reliability Statistics</b>					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,480		,483		3	
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item Supprimé
CMXP1	5,7750	1,218	,338	,207	,311
CMXP2	6,0167	1,143	,435	,230	,138
CMXP3	5,4750	1,478	,151	,034	,625

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

#### 1.2.2.4. La variable « Désir du savoir »

L'échelle du tableau 16 comporte 4 items (DS1, DS2, DS3 et DS4) ayant pour but de mesurer la variable « Désir du savoir ». L'ACP met en évidence l'existence d'une dimension unique représentant 69,76% de l'information recueillie sachant que tous les items possèdent des contributions factorielles supérieures à 0,79, ce qui montre un niveau élevé de cohérence interne.

**Tableau 19:** Analyse en composantes principales de la variable « Désir du savoir »

<b>Qualité de représentation</b>		
	Initial	Extraction
DS1	1,000	,629
DS2	1,000	,754
DS3	1,000	,738
DS4	1,000	,669
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.		

Variance totale expliquée							
Composante		Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
		Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
	1	2,790	69,761	69,761	2,790	69,761	69,761
	2	,495	12,368	82,129			
	3	,394	9,848	91,977			
	4	,321	8,023	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
Matrice des composantes <sup>a</sup>							
		composante					
		1					
	DS2	,869					
	DS3	,859					
	DS4	,818					
	DS1	,793					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

L'analyse de fiabilité confirme les résultats de l'ACP, quant à l'homogénéité de l'échelle de mesure de la variable en question, avec un Alpha de Cronbach qui s'élève à 0,851, ce qui est largement supérieur à la norme retenue (0,60). Ceci indique une forte cohérence interne entre les 4 items utilisés que nous retiendrons pour la suite du travail

**Tableau 20:** Alpha de Cronbach de la variable « Désir du savoir »

Statistique de fiabilité					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,851		,855		4	
Statistiques pour l'échelle					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
DS1	9,7917	3,023	,639	,415	,836
DS2	9,6000	3,267	,745	,562	,793
DS3	9,6333	3,024	,728	,542	,794
DS4	9,5250	3,176	,668	,462	,819

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.5. La variable « Quête de nouveauté »

Pour mesurer cette variable, nous avons utilisé 4 items intitulés « QN1 », « QN2 », « QN33 » et « QN44 ». Les résultats de l'ACP montrent que ces items se rapportent à une composante unique avec des contributions factorielles supérieures à 0,75 expliquant ainsi 63,2% de la variance totale. Ceci dit que l'échelle mesurant la variable « Quête de nouveauté » est unidimensionnelle.

**Tableau 21:** Analyse en composantes principales de la variable « Quête de nouveauté »

Qualité de représentation							
		Initial			Extraction		
QN1		1,000			,673		
QN2		1,000			,633		
QN33		1,000			,575		
QN44		1,000			,657		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
Variance totale expliquée							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
1	2,537	63,425	63,425	2,537	63,425	63,425	
2	,835	20,872	84,298				
3	,370	9,256	93,553				
4	,258	6,447	100,000				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
Matrice des composantes <sup>a</sup>							
		composante					
		1					
QN1		,820					
QN44		,810					
QN2		,796					
QN33		,758					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Le test de fiabilité indique confirme les résultats de l'ACP indiquant un niveau de cohérence interne très élevé entre les items utilisés. En effet, le coefficient Alpha Cronbach affiche une valeur de 0,805 qui est largement supérieure à la norme retenue (0,60) exprimant ainsi clairement l'homogénéité de l'échelle utilisée pour mesurer la variable en question.

**Tableau 21:** Alpha de Cronbach de la variable « Quête de nouveauté»

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,805		,807		4	
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
QN1	9,7333	2,937	,659	,553	,742
QN2	9,4417	3,425	,640	,520	,746
QN33	9,6750	3,767	,565	,453	,782
QN44	9,4750	3,462	,635	,507	,749

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

#### 1.2.2.6. La variable « Motivation de développement »

Les résultats de l'ACP indiquent un niveau maximal de cohérence interne caractérisé par un taux de représentation de 100% de l'information recueillie. Les 2 items (MD1 et MD22) choisis pour mesurer la « motivation de développement » possèdent des contributions factorielles égales à 1 en valeur absolue. Ceci traduit clairement l'unidimensionnalité de l'échelle développée pour mesurer la motivation de développement

**Tableau 22:** Analyse en composantes principales de la variable « Motivation de développement »

<b>Qualité de représentation</b>							
		Initial			Extraction		
MD1		1,000			1,000		
MD22		1,000			1,000		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Variance totale expliquée</b>							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
1	2,000	100,000	100,000	2,000	100,000	100,000	
2	-1,084E-19	-5,421E-18	100,000				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							



Matrice des composantes <sup>a</sup>	
	composante
	1
MD1	1,000
MD22	-1,000
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.	
<b>a : 1 composante extraite.</b>	

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

De l'autre côté, le test de fiabilité confirme les résultats de l'ACP avec un Alpha de Cronbach supérieur au seuil minimal retenu, soit une valeur de 0.684. Ceci montre que l'échelle utilisée pour la mesure de la « motivation de développement » est caractérisée par un bon niveau de cohérence interne.

**Tableau 23 :** Alpha de Cronbach de la variable « Motivation de développement »

Statistique de fiabilité					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,684		,685		2	
Statistiques pour l'échelle					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total Corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
MD1	2,4000	,696	,521	,271	. <sup>a</sup>
MD22	2,5333	,772	,521	,271	. <sup>a</sup>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.7. La variable « Quête de l'efficacité organisationnelle »

Afin de mesurer la variable intitulée « Quête de l'efficacité organisationnelle », nous avons utilisé une échelle composée de 5 items, à savoir le « QE1 » (quête de l'amélioration du service), « QE2 » (quête de la réduction du gaspillage de ressources), « QE3 » (quête de l'amélioration de la mobilisation des ressources), « QE4 » (quête du développement des compétences des employés) et « QE5 » (quête d'une meilleure satisfaction clients).

A travers l'ACP, nous avons trouvé que ces 5 items se rapportaient à une dimension unique avec des contributions factorielles supérieures à 0,7 expliquant, du coup, 62,66% de la variance totale. Nous pouvons conclure alors que l'échelle utilisée pour mesurer cette variable est unidimensionnelle

**Tableau 24:** Analyse en composantes principales de la variable « Quête de l'efficacité organisationnelle»

<b>Qualité de représentation</b>							
		Initial			Extraction		
QE1		1,000			,693		
QE2		1,000			,620		
QE3		1,000			,650		
QE4		1,000			,655		
QE5		1,000			,515		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Variance totale expliquée</b>							
Composante		Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
		Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
	1	3,133	62,668	62,668	3,133	62,668	62,668
	2	,592	11,835	74,503			
	3	,483	9,653	84,156			
	4	,427	8,545	92,701			
	5	,365	7,299	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Matrice des composantes <sup>a</sup></b>							
		Composante					
		1					
QE1		,833					
QE4		,809					
QE3		,806					
QE2		,787					
QE5		,718					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Les résultats du test de fiabilité affichent un alpha de Cronbach qui est de l'ordre de 0,850 démontrant, ainsi, un niveau élevé de cohérence interne. Ceci est largement supérieur à la norme retenue dans notre étude (0.60). Les 5 items choisis ont, donc, été maintenus

**Tableau 25:** Alpha de Cronbach de la variable « Quête de l'efficacité organisationnelle»

<b>Statistique de fiabilité</b>		
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach après standardisation des items	N of Items
0.850	0.850	5

Statistiques pour l'échelle					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
QE1	13,1500	5,053	,713	,520	,805
QE2	13,4000	4,881	,655	,434	,821
QE3	13,4667	5,024	,679	,475	,813
QE4	13,2250	5,083	,682	,475	,813
QE5	13,5250	5,394	,574	,334	,840

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.8. La variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle »

L'échelle mesurant cette variable est composée de 5 items (BCPC1, BCPC2, BCPC3, BCPC4 et BCPC5). Les résultats de l'ACP montrent que ces 5 items se rapportent à la même et l'unique composante avec des contributions factorielles supérieures à 0.77. Du coup, l'échelle mesurant la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle » est unidimensionnelle.

**Tableau 26:** Analyse en composantes principales de la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle »

Qualité de représentation							
		Initial			Extraction		
BCPC1		1,000			,595		
BCPC2		1,000			,639		
BCPC3		1,000			,669		
BCPC4		1,000			,751		
BCPC5		1,000			,607		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
Variance totale expliquée							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
	1	3,262	65,231	65,231	3,262	65,231	65,231
	2	,727	14,536	79,768			
	3	,482	9,643	89,411			
	4	,282	5,640	95,050			
	5	,247	4,950	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							

<b>Matrice des composantes<sup>a</sup></b>	
	<b>composante</b>
	1
BCPC4	,867
BCPC3	,818
BCPC2	,799
BCPC5	,779
BCPC1	,771
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.	
<b>a : 1 composante extraite.</b>	

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Aussi bien que les résultats de l'ACP, les résultats du test de fiabilité indiquent également une forte cohérence interne. En effet, le coefficient Alpha Cronbach affiche une valeur de 0,860 qui est largement au dessus du seuil minimal (0,60). Ceci, met le point sur la solidité de la corrélation entre les 5 items utilisés. Ainsi, nous avons choisi de retenir les données de la totalité des items composant cette échelle.

**Tableau 27 :** Alpha de Cronbach de la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle »

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items		
0.860	0.860		5		
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total Corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
BCPC1	14,6750	3,431	,644	,429	,846
BCPC2	14,3417	3,807	,659	,572	,836
BCPC3	14,2833	4,037	,698	,586	,831
BCPC4	14,5083	3,496	,774	,635	,805
BCPC5	14,5250	3,798	,657	,523	,836

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.9. La variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion »

D'après les résultats de l'ACP, la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion », que nous avons mesurée à l'aide de 4 items (PAE1, PAE2, PAE3 et PAE4), est une variable unidimensionnelle. En effet, nous avons trouvé que ces items se rapportent à une

unique composante et possèdent des contributions factorielles supérieures à 0,8 sauf pour le cas de l'item PAE3, où nous trouvons que la contribution factorielle est moins importante mais qui est tout de même très proche de 0,5. Cependant, aucune décision n'a été prise à cette étape quant à l'élimination de cet item (PAE3) vu que nous avons préféré voir, d'abord, les résultats du test de fiabilité sachant que de représentation de l'information recueillie 59,90%

**Tableau 28:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion »

<b>Qualité de représentation</b>							
		Initial			Extraction		
PAE1		1,000			,786		
PAE2		1,000			,720		
PAE3		1,000			,236		
PAE4		1,000			,655		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Variance totale expliquée</b>							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
1	2,396	59,908	59,908	2,396	59,908	59,908	
2	,897	22,428	82,336				
3	,476	11,888	94,224				
4	,231	5,776	100,000				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Matrice des composantes <sup>a</sup></b>							
		composante					
		1					
PAE1		,886					
PAE2		,849					
PAE4		,809					
PAE3		,486					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Le score de fiabilité enregistrée pour l'échelle mesurant la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion » possède une valeur qui satisfait largement au seuil minimum retenu (0,60), soit 0.751. Ceci montre que les 4 items utilisés sont bien corrélés entre eux sans que l'item 3 (PAE3) ne pose de problème majeur dans ce cas. Ainsi, tous les items ont été retenus

**Tableau 29:** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion »

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,751		,762		4	
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
PAE1	7,7833	2,743	,687	,634	,619
PAE2	7,6750	2,759	,619	,583	,653
PAE3	8,5083	3,227	,311	,132	,829
PAE4	7,8333	2,796	,624	,407	,651

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

#### 1.2.2.10. La variable « Perceptions des aptitudes à planification du changement »

Afin de mesurer cette variable, 6 items ont été utilisés exprimant la maîtrise perçue des tâches liées à la phase de planification du projet de changement. Les résultats de l'ACP, affichés dans le tableau 28, montrent que cette variable est unidimensionnelle. En effet, nous constatons que tous les items se rapportent, avec des contributions factorielles supérieures à 0,73, à une dimension unique qui représente 67,651% de l'information recueillie.

**Tableau 30:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions des aptitudes à la conduite du changement »

<b>Qualité de représentation</b>							
		Initial			Extraction		
PACC1		1,000			,534		
PACC2		1,000			,735		
PACC3		1,000			,761		
PACC4		1,000			,722		
PACC5		1,000			,692		
PACC6		1,000			,616		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Variance totale expliquée</b>							
Composante	Valeurs propres initiales				Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés	
1	4,059	67,651	67,651	4,059	67,651	67,651	
2	,770	12,839	80,490				

	3	,433	7,211	87,702			
	4	,337	5,610	93,311			
	5	,209	3,482	96,793			
	6	,192	3,207	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Matrice des composantes <sup>a</sup></b>							
	<b>Composante</b>						
	1						
PACC3	,872						
PACC2	,857						
PACC4	,850						
PACC5	,832						
PACC6	,785						
PACC1	,731						
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

La dimensionnalité de l'échelle est globalement acceptable. Le niveau de cohérence interne entre les items qui la constituent (Alpha= 0,903) est largement satisfaisant. Ceci nous incite à garder l'ensemble des 6 items pour la suite du travail.

**Tableau 31:** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions des aptitudes à la planification du changement »

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items		
,903	,903		6		
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total Corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
PACC1	16,8333	18,980	,626	,573	,902
PACC2	16,9667	17,411	,787	,693	,878
PACC3	16,9083	17,563	,802	,683	,876
PACC4	16,9500	17,661	,767	,679	,882
PACC5	16,8917	18,249	,748	,627	,885
PACC6	17,2833	18,272	,685	,557	,894

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

**1.2.2.11. La variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement »**

Nous avons construit une échelle composée de 3 items, intitulés « PACC7 », « PACC8 » et « PACC9 », afin de pouvoir mesurer la variable exprimant la maîtrise perçue des tâches liées à la phase de réalisation du projet de changement. D'après les résultats de l'ACP (tableau 30), ces items possèdent des contributions factorielles supérieures à 0,81 sur une même et unique dimension qui explique 74,75% de la variance totale.

**Tableau 32:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement»

<b>Qualité de représentation</b>							
		Initial		Extraction			
PACC7		1,000		,665			
PACC8		1,000		,787			
PACC9		1,000		,791			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Variance totale expliquée</b>							
Composante		Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
		Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
	1	2,243	74,750	74,750	2,243	74,750	74,750
	2	,477	15,893	90,643			
	3	,281	9,357	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>Matrice des composantes <sup>a</sup></b>							
		Composante					
		1					
PACC9		,889					
PACC8		,887					
PACC7		,815					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.							
<b>a : 1 composante extraite.</b>							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Ces résultats sont confirmés par le test de fiabilité (tableau 31) qui indique un niveau élevé de cohérence interne. En effet, le coefficient Alpha Cronbach affiche une valeur de 0,83 nettement supérieure au seuil minimum fixé (0,6). Nous pouvons conclure, donc, que la dimensionnalité de l'échelle est acceptable. Nous retenons, alors, les 3 items.



**Tableau 33:** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement »

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,830		,830		3	
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
PACC7	7,0750	3,683	,615	,378	,836
PACC8	7,0833	3,321	,724	,553	,728
PACC9	6,8083	3,501	,730	,557	,724

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.12. La variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement »

Pour mesurer cette variable, nous avons développé précédemment une échelle composée de 2 items (PACC10 et PACC11). L'analyse de la dimensionnalité à travers l'ACP (Tableau 32) a fait dégager une dimension unique représentant 84,93% de l'information recueillie. Les items se rapportent à cette dimension avec des contributions factorielles supérieures à 0,92.

**Tableau 34:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement »

<b>Qualité de représentation</b>						
		Initial		Extraction		
PACC10		1,000		,849		
PACC11		1,000		,849		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
<b>Variance totale expliquée</b>						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
1	1,699	84,934	84,934	1,699	84,934	84,934
2	,301	15,066	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
<b>Matrice des composantes<sup>a</sup></b>						
		Composante				
		1				

PACC10	,922
PACC11	,922
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.	
<b>a : 1 composante extraite.</b>	

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Par ailleurs, le niveau de fiabilité de l'échelle est largement acceptable. En effet, le coefficient Alpha Cronbach, que nous retrouvons sur le tableau (33), présente une valeur de 0,822 nettement supérieure au seuil minimum retenu (0,6), ce qui révèle une forte cohérence interne.

**Tableau 35:** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement »

Statistique de fiabilité					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,822		,823		2	
Statistiques pour l'échelle					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total Corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
PACC10	3,5583	1,156	,699	,488	. <sup>a</sup>
PACC11	3,5500	1,039	,699	,488	. <sup>a</sup>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.2.2.13. La variable « Perceptions de la disponibilité du temps »

Nous avons utilisé 2 items exprimant la disponibilité perçue du temps, à savoir « PAR1 » et « PAR2 ». Les résultats de l'ACP (tableau 33) indiquent l'existence d'une dimension seule et unique expliquant 77,93% de la variance totale. Les 2 items utilisés se rapportent à cette dimension avec des contributions factorielles supérieures à 0,88.

**Tableau 36:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de la disponibilité du temps »

Qualité de représentation		
	Initial	Extraction
PAR1	1,000	,779
PAR2	1,000	,779
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.		
Variance totale expliquée		
Composante	Valeurs propres initiales	Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus

	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
1	1,559	77,935	77,935	1,559	77,935	77,935
2	,441	22,065	100,000			
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
<b>Matrice des composantes<sup>a</sup></b>						
	<b>Composante</b>					
	1					
PAR2	,883					
PAR1	,883					
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
<b>a : 1 composante extraite.</b>						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Les résultats du test de fiabilité confirment les résultats de l'ACP vu que nous avons obtenu, un score Alpha Cronbach élevé, à savoir 0,716 (tableau 35), ce qui traduit un niveau élevé de cohérence interne. Ainsi, nous retiendrons les 2 items.

**Tableau 37: Alpha de Cronbach de la variable « perceptions de la disponibilité du temps »**

<b>Statistique de fiabilité</b>					
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items		
,716	,717		2		
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
PAR1	2,1000	,763	,559	,312	. <sup>a</sup>
PAR2	2,3167	,689	,559	,312	. <sup>a</sup>

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

#### 1.2.2.14. La variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil »

L'échelle que nous avons développée est composée de 2 items (PAR3 et PAR4). Les résultats de l'ACP, affichés sur le tableau (36), montrent que ces items se rapportent, avec des contributions factorielles supérieures à 0,92 ; à une dimension unique représentant 85,76% de l'information recueillie. Ceci s'interprète par l'unidimensionnalité de l'échelle utilisée pour la mesure de la variable en question

**Tableau 38:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil »

Qualité de représentation						
		Initial		Extraction		
PAR3		1,000		,858		
PAR4		1,000		,858		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
	1	1,715	85,762	85,762	1,715	85,762
	2	,285	14,238	100,000		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
Matrice des composantes <sup>a</sup>						
		Composante				
		1				
	PAR4	,926				
	PAR3	,926				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
<b>a : 1 composante extraite.</b>						

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

Par ailleurs, le coefficient Alpha Cronbach affiche une valeur de 0,832 qui est largement supérieure au seuil minimum retenu (0,6), comme nous pouvons le constater sur le tableau (37), indiquant, ainsi, une forte cohérence interne entre les items utilisés.

**Tableau 39 :** Alpha de Cronbach de la variable «Perceptions de l'accessibilité aux services de formation et de conseil en gestion »

Statistique de fiabilité					
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items		
,832	,834		2		
Statistiques pour l'échelle					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item Supprimé
PAR3	1,5833	,548	,715	,512	. <sup>a</sup>
PAR4	1,7500	,643	,715	,512	. <sup>a</sup>

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

**1.2.2.15. La variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés »**

Composée de 2 items, à savoir « PAR5 » et « PAR6 », l'échelle mesurant cette variable est unidimensionnelle. En effet, les résultats de l'ACP, affichés sur le tableau (38), dégagent une composante unique dont le taux d'explication de la variance totale est de 89,21%. Les contributions factorielles des items sur cette composante sont supérieures à 0,94.

**Tableau 40:** Analyse en composantes principales de la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés»

Qualité de représentation						
		Initial		Extraction		
	PAR5	1,000		,892		
	PAR6	1,000		,892		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la Variance	% Cumulés	Total	% de la Variance	% cumulés
	1	1,784	89,218	89,218	1,784	89,218
	2	,216	10,782	100,000		
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
Matrice des composantes <sup>a</sup>						
		composante				
		1				
	PAR5	,945				
	PAR6	,945				
Méthode d'extraction : analyse en composantes principales.						
<b>a : 1 composante extraite.</b>						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

L'analyse de la fiabilité de l'échelle, dont les résultats sont synthétisés sur le tableau (39), révèle une forte cohérence interne entre les items. En effet, le coefficient Alpha Cronbach (0,879) est largement supérieur au seuil minimum retenu (0,6). Nous retiendrons, donc, les 2 items pour la suite du travail

**Tableau 41:** Alpha de Cronbach de la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés »

<b>Reliability Statistics</b>					
Alpha de Cronbach		Alpha de Cronbach après standardisation des items		N of Items	
,879		,879		2	
<b>Statistiques pour l'échelle</b>					
	Moyenne échelle si item Supprimé	Variance échelle si item supprimé	Corrélation item-total corrigé	Corrélation multiple	Alpha si item supprimé
PAR5	2,0917	,739	,784	,615	. <sup>a</sup>
PAR6	1,8583	,795	,784	,615	. <sup>a</sup>

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement avec SPSS des données collectées lors du sondage

### 1.3. Condensation des échelles de mesure

Au terme de cette étape, nous avons, pour chaque variable, condensé les données des items, utilisés précédemment pour la mesurer, dans une structure factorielle unique correspondant à la composante dégagée par l'ACP. Ainsi, nous avons obtenu, pour chaque variable, une seule dimension regroupant 120 observations, au lieu d'une multitude d'items comportant chacun 120 observations. Nous disposerons, à présent, d'une base de données de 15 variables, dont 14 explicatives et une seule à expliquer, qui résume les données des 50 items initialement utilisés. Ces données seront utilisées au cours de la dernière partie pour confirmer ou infirmer les hypothèses développées au chapitre précédent.

## Section 2 : Examen de validation des hypothèses de la recherche

Après avoir utilisé l'ACP et le coefficient Alpha de Cronbach pour vérifier l'homogénéité des échelles, nous passons à présent à la dernière phase de ce travail, celle qui est considérée comme la plus importante du moment qu'elle essaye de répondre à la problématique principale posée au début de cette étude. Cette étape consiste à utiliser les méthodes statistiques explicatives adéquates dans le but d'étudier les relations susceptibles d'exister entre les variables explicatives d'un côté et la variable expliquée en l'occurrence l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes.

### 2.1. Présentation du Protocole employé pour la validation des hypothèses de la recherche

Connaissant l'importance et la sensibilité de cette phase de l'étude, nous avons essayé de garantir un maximum de fiabilité des résultats dégagés à travers l'analyse statistique. Nous avons adopté, ainsi, deux phases d'analyse afin de confirmer ou de rejeter les hypothèses développées précédemment.

#### 2.1.1. Analyse bivariée des relations entre la variable dépendante et les variables indépendantes

L'analyse bivariée consiste à vérifier la relation de dépendance qui puisse exister entre deux variables, autrement dit, examiner si une variable exerce une influence sur l'autre (Plaisent et Bernard, 2009, p. 97). Elle peut être effectuée par le biais de diverses méthodes, dont l'utilisation dépend de la nature, à la fois de la relation existante et des variables étudiées.

Sachant que les variables que nous étudions, dans cette partie, sont quantitatives, notre choix s'est porté, alors, sur la méthode de régression linéaire simple. Fréquemment utilisée, cette méthode tente d'identifier la droite qui rassemble au mieux, au tour d'elle, le nuage de points en s'appuyant sur la minimisation de la somme des carrés des résidus (Stafford et Bodson, 2006, p.147).

Cette droite est analysée à travers 3 principaux indicateurs qui sont :

- **Les coefficients de détermination ( $R^2$ )** : Défini mathématiquement comme étant la part de la variance expliquée par rapport à la variance totale, le coefficient détermination permet de mesurer la qualité de l'ajustement (Dodge, 2004, p. 88). Autrement dit, il donne une indication sur le taux d'explication fourni par le modèle pour le phénomène étudié. Ceci veut dire qu'un coefficient élevé traduirait un niveau élevé d'explication et vis versa.

Toutefois, la nature exploratoire de notre étude fera probablement baisser ce coefficient à un bas niveau du moment que la problématique étudiée n'a jamais été abordée auparavant, ce qui réduit plus ou moins les chances de trouver un modèle fortement explicatif. Malgré cela, il faut avoir une idée sur le seuil minimum de  $R^2$  afin de pouvoir trancher quant à l'existence d'une relation linéaire ou pas. Ce seuil minimum est fourni grâce à la table de décision pour le coefficient de détermination (Champely, 2004, p. 239) où nous pouvons lire que pour notre cas (nombre d'observations  $n= 120$ ), un seuil minimum pour  $R^2$

varierait entre 3% et 4%. Ainsi, le seuil minimum que nous retiendrons, dans le but d'évaluer la qualité d'ajustement du modèle d'intention entrepreneuriale est de 4%.

- **Le test de significativité globale (Fisher F) :** Considéré comme un test indispensable dans l'analyse de la régression, ce test mesure la significativité du rapport entre la variance expliquée par le modèle et la variance non expliquée (Carricano et *al.*, 2010, p. 157). L'idée est de vérifier s'il existe une différence significative entre les deux variances en comparant la valeur de la statistique (F) calculée à la valeur de la statistique théorique (F) de la table Fisher qui correspond au seuil de signification ( $\alpha$ ) et aux degrés de liberté adéquats. Dans l'affirmative, nous rejetons l'hypothèse de la nullité simultanée des estimateurs et nous pouvons dire que le modèle est globalement acceptable
- **Le coefficient standardisé BETA :** Il s'agit d'un coefficient de régression, ramené à une échelle standard, exprimant la contribution de la variable indépendante dans l'explication de la variable dépendante (Carricano et *al.*, 2010, p. 157). Il permet, ainsi, de comparer le poids relatif des variables indépendantes dans l'explication du phénomène étudié (Burgenmeier, Greppin et Perre, 2007, p. 226).

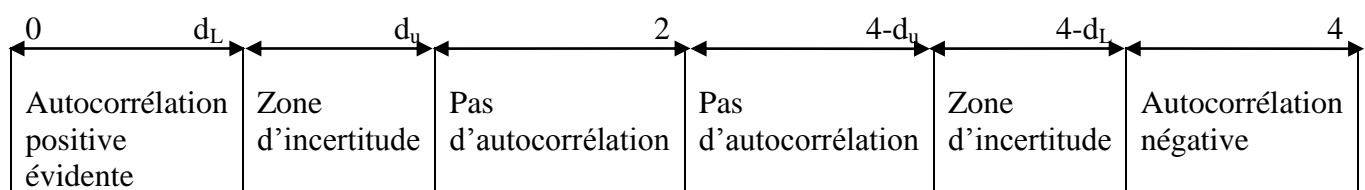
Toutefois, l'utilisation de la régression linéaire simple repose sur un certain nombre d'hypothèses qui devraient être respectées avant de valider les résultats obtenus. Ces hypothèses se résument, d'après (Carricano et *al.*, 2010, p. 157), comme suit :

- **La linéarité, à savoir la nullité de la moyenne des résidus quelles que soient les valeurs prises par la ou les variables indépendantes :** La vérification de la linéarité de la relation entre variable dépendante et variables indépendantes s'effectue à travers la régression linéaire simple.
- **La normalité des erreurs :** Cette hypothèse peut être vérifiée par le biais de l'histogramme des résidus. Ce dernier permet de voir si la distribution des résidus ressemble plus ou moins à la distribution normale (Stafford et Bodson, 2006, p.175). Un autre graphique, appelé graphique P-P de régression des résidus standardisés, est utilisé pour confirmer les résultats de l'histogramme des résidus.
- **Les résidus sont homoscedastiques, autrement dit, ils possèdent une variance constante :** Cette hypothèse peut être vérifiée à travers l'analyse graphique mettant en relation les résidus standardisés « Zresid » et les valeurs prédites standardisées de la variable dépendante « Zpred » (Carricano et *al.*, 2010, p. 160). Ce graphique déjà utilisé pour vérifier la linéarité du modèle illustre le respect ou non de la constance de la variance du terme d'erreur. L'existence d'une distribution symétrique au tour du zéro sans une grande dispersion au-delà des repères 2 et -2 sur ce graphique indique la stabilité de la variance des résidus, ce qui veut dire que les résidus sont homoscedastiques, tandis que l'existence d'une certaine tendance dispersant les points en dehors des repères 2 et -2 et les éloignant du zéro révèle un problème d'hétéroscedasticité des résidus (Stafford et Bodson, 2006, p.176).



- **L'absence d'une autocorrélation des résidus :** Bien que cette hypothèse concerne généralement les séries temporelles, cela ne nous empêche pas de la vérifier quand même par mesure de précaution. Cela peut se faire par le biais du test de Durbin-Watson, que nous pouvons effectuer à l'aide du logiciel SPSS et de la table DW. Ce test considère qu'il existe 3 situations possibles en fonction de la valeur de la statistique (d) d'un côté et des valeurs ( $d_L$ ) et ( $d_U$ ) prélevées de la table DW sur la base de la taille d'échantillon (n) et du nombre de variables (k) de l'autre côté. Ces situations sont représentées dans la figure 10. A noter que L'analyse du graphique exprimant les résidus en fonction des résidus décalés d'une observation peut être aussi utilisé pour confirmer ou infirmer l'existence d'une autocorrélation des résidus (Gujarati, 2004, p. 466)

**Figure 10 :** Test de Durbin-Watson



Source : Figure prise de Bajpai (2010, p. 481)

### 2.1.2. Analyse multivariée des relations entre la variable dépendante et les variables indépendantes

Bien qu'elle soit très importante à l'étude à la compréhension des relations susceptibles d'exister entre variables indépendantes et variable dépendante, l'analyse bivariée ne suffit pas pour pouvoir trancher en faveur de l'existence d'une relation significative ou non (Pétry, 2003, p.62-63). En effet, « *Il est rare de pouvoir invoquer qu'un facteur détermine une variable. Dans le cas des comportements sociaux, on peut même avancer que ce n'est jamais le cas. Par conséquent, en règle générale, le cadre analytique choisi pour étudier un phénomène social fera intervenir plusieurs variables* » (Bressoux, 2008, p. 97). Autrement dit, nous pouvons rarement parler d'une variable qui est expliquée par une seule et unique variable vu que ceci suppose, indirectement, que les autres facteurs influençant la variable en question sont constants.

Connaissant la complexité de la nature humaine et des phénomènes liés aux comportements sociaux tels le cas que nous étudions au cours de ce travail, cette conviction gagne encore en importance. Il est, en effet, très difficile d'imaginer, par exemple, un dirigeant d'entreprise envisageant d'effectuer une opération, à la fois importante, délicate et risquée, telle qu'un rajeunissement organisationnel, rien qu'en se basant sur un seul facteur. A cela s'ajoute le fait qu'il se peut que l'influence exercée individuellement par une variable sur une autre diffère de celle exercée au sein d'un groupe de variables, à cause notamment des colinéarités interne entre les variables explicatives

Toutes ces raisons font que l'explication du phénomène étudié à travers une régression simple, basée uniquement sur une seule variable explicative, « *apparaîtrait exagérément simple, voire simpliste au regard du cadre analytique choisi* » (Bressoux, 2008, p. 97).

Le choix s'oriente, alors, vers l'étude de l'influence de plusieurs variables au même temps sur le phénomène en question afin de conforter les résultats de l'analyse bivariée. Dans cette optique, nous avons opté pour la régression linéaire multiple, qui est un élargissement de la régression linéaire simple, afin de garder une certaine continuité. Elle est parfaitement adaptée, comme le mentionne Bressoux (2008, p. 98), pour étudier la capacité du modèle développé à expliquer du phénomène étudié. Son objectif est d'exprimer une variable dépendante à travers deux ou plusieurs variables explicatives et non pas seulement à travers une seule et unique variable (Dagnelie, 1998, p. 508).

Par ailleurs, les résultats dégagés par la régression multiples sont analysés, non seulement, avec le coefficient de détermination ( $R^2$ ), le test de significativité globale (Fisher F) et le coefficient standardisé (Beta), précédemment présentés, mais aussi avec :

- **Le coefficient de détermination ajusté :** Bien qu'il offre un moyen pour mesurer le taux d'explication de la variance totale, le coefficient de détermination ( $R^2$ ) possède un point faible majeur ; celui d'augmenter avec chaque ajout de variable explicative même si cette dernière est non significative. Pour résoudre ce problème, nous utiliserons le coefficient de détermination ajusté ( $R^2$  ajusté) qui est adapté pour tenir compte de la taille de l'échantillon par rapport au nombre de variables (Becuwe, 2010, p. 221). Ce coefficient « reflète mieux la qualité de l'ajustement que le simple coefficient de détermination simple ( $R^2$ ) » (Courgeau et Pumain, 1996, p. 92).
- **Le test de Significativité d'un coefficient (Student t) :** Si le test de Fisher tente d'évaluer la viabilité globale du modèle, le test de Student s'intéresse quant à lui à la viabilité des variables composant ce modèle. En effet, pour un seuil de signification ( $\alpha$ ) et pour une variable explicative donnée, ce test vérifie si la valeur du coefficient de régression estimé pour cette variable est significativement différente de zéro (Carricano et al., 2010, p. 157). Ceci constitue une norme très importante du moment que seules les variables possédant des estimateurs significativement différents de zéro seront retenues.

La méthode de régression linéaire multiple repose sur les mêmes hypothèses de la régression linéaire simple (Bressoux, 2008, p. 100), auxquelles s'ajoute une cinquième et dernière hypothèse qui suppose l'absence d'une colinéarité significative entre les variables explicatives. Afin de vérifier cette hypothèse, nous nous appuyons sur deux indicateurs, à savoir les facteurs d'inflation de la variance (VIF) et la tolérance, que nous pouvons obtenir grâce au logiciel SPSS. La valeur de l'indicateur VIF doit être inférieure à 10 pour que le niveau de multicollinéarité devienne pas critique (Marquardt, 1970, cité par Roussel et Wacheux, 2005, p. 227). D'un autre côté, l'indicateur de tolérance doit confirmer les résultats du premier indicateur en affichant une valeur supérieure à 0,2 (Pétry, 2003, p. 124)

**L'existence d'une influence de la part d'une variable explicative donnée sur l'intention entrepreneuriale doit être confirmée, à la fois, par la régression linéaire simple et la régression linéaire multiple. Le rejet de la part de l'une des deux méthodes suffit pour rejeter l'hypothèse correspondant à l'influence de la variable en question sur l'intention entrepreneuriale.**

## 2.2. Mise en œuvre du protocole de validation des hypothèses de la recherche

Après avoir présenté la démarche d'analyse statistique, nous allons à présent mettre en œuvre cette démarche afin de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de la recherche

### 2.2.1. Analyse bivariée du phénomène d'intention entrepreneuriale

#### 2.2.1.1. Influence de la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel »

Les résultats de la régression linéaire simple (Tableau 42) affichent un coefficient de détermination  $R^2$  très acceptable avec une valeur de 10%, qui est largement supérieure à la valeur du seuil minimum retenu (4%). Ceci veut dire que les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel expliquent 10% de l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. Par ailleurs, la fiabilité de ces résultats est confortée par les résultats du test de Fisher qui dégage une valeur calculée F de 13,054 qui est nettement supérieure à la valeur critique de F, au seuil  $\alpha = 0,05$ , pour 1 et 118 degrés de liberté, qui est égale à 3,92. La relation est, ainsi, significative (sig.=0,000) avec un risque d'erreur de 5% et positive du moment que le coefficient standardisé Beta est positif (0,316).

**Tableau 42:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle Variables		introduites		Variables		Eliminées
1		EP <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,316 <sup>a</sup>	,100	,092	,95290125		2,012
a. Prédicteurs: (Constant), EP						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	11,854	1	11,854	13,054	,000 <sup>a</sup>
	Résidu	107,146	118	,908		
	Total	119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), EP						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Signification
	B	Erreur standard	Beta			
1	(Constant)	-9,625E-17	,087		,000	1,000
	EP	,316	,087	,316	3,613	,000
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

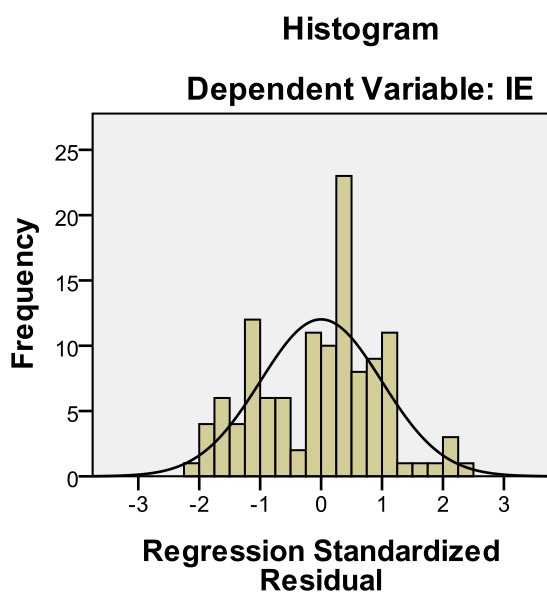
Par ailleurs, la validation de ces résultats passe par la vérification des hypothèses de la régression linéaire simple. Ceci a donné les résultats suivants :

- **Les résidus suivent une loi normale :** Sur la figure 11, nous pouvons constater que la distribution des résidus se rapproche de la distribution de la loi normale.
- **Les résidus ne sont pas corrélés :** La position que prendra la statistique DW par rapport à ces intervalles, calculés à travers les valeurs  $d_u$  et  $d_L$ , déterminera l'existence ou non d'une autocorrélation des résidus. Pour obtenir les frontières de ces intervalles, nous utilisons la table DW sur laquelle nous pouvons lire, pour une taille d'échantillon  $n=120$  et un nombre de variables explicatives  $k=1$ , des valeurs  $d_L$  et  $d_u$  respectives de 1,68531 et de 1,71889. Ceci dégage les intervalles suivants :
  - Existence d'une autocorrélation positive Entre 0 et 1,68531
  - Existence d'une zone d'incertitude entre 1,68531 et 1,71889
  - Absence d'autocorrélation entre 1,71889 et 2,28111
  - Existence d'une zone d'incertitude entre 2,28111 et 2,31469
  - Existence d'une autocorrélation négative entre 2,31469 et 4

D'après le tableau (42), la statistique Durbin Watson affiche une valeur de 2,012 ce qui la place dans une zone d'absence d'autocorrélation des résidus (entre 1,71889 et 2,28111). A noter que ces intervalles restent les mêmes pour toute l'analyse bivariée.

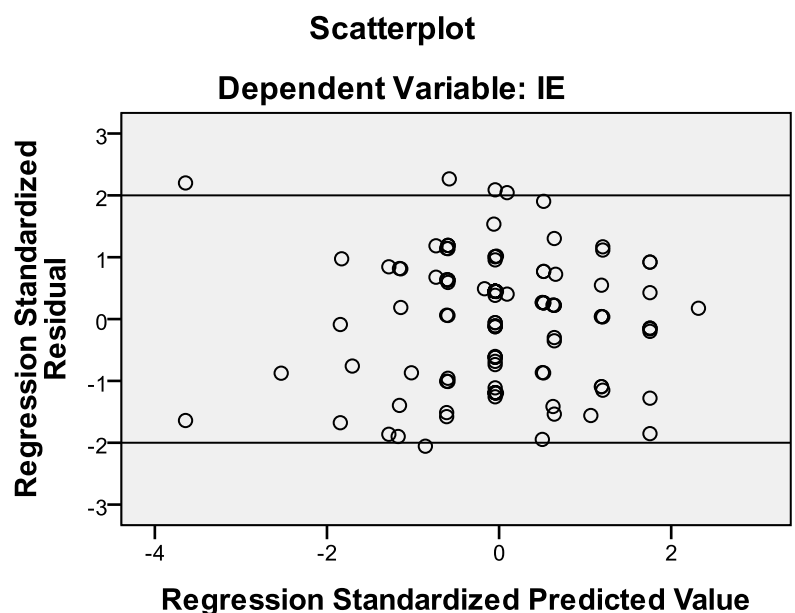
- **Les résidus sont homoscedastiques :** L'analyse graphique de la figure 12 montre que le nuage de points est condensé à l'intérieur d'un rectangle délimité par les valeurs  $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$  à l'exception de 6 observations. Ce nuage de points ne dégage aucune tendance linéaire ou forme de liaison entre les résidus standardisés et les valeurs prédites indiquant, ainsi, que la variance du terme d'erreur est constante.

**Figure 11:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*EP)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 12:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE\*EP)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

Nous pouvons à présent conclure que les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel influencent, dans le cadre d'un modèle linéaire simple, l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. Cependant, nous ne pouvons pas valider l'hypothèse (1) avant d'effectuer l'analyse de la régression linéaire multiple

### 2.2.1.2. Influence de la variable « Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel »

Les résultats de la régression linéaire simple, synthétisés dans le tableau 43, affichent un coefficient de détermination  $R^2$  nul, inférieur, donc, au seuil minimum fixé à 4%. Le test de Fisher conforte encore ce résultat en indiquant une valeur calculée F égale à 0,00 qui est largement inférieure à la valeur critique correspondant aux degrés de liberté respectives de 1 et 118, au seuil 0,05, soit 3,92. La relation linéaire entre la variable indépendante et la variable dépendante et non significative est, dans ce cas, non significative ( $\text{sig}=0,996$ ). Nous pouvons conclure, alors, que les perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel, n'influencent pas, sous un modèle linéaire simple, l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens. Nous rejetons, en conséquence, l'hypothèse (2).

**Tableau 43:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>							
Modèle Variables		Introduites		Variables		Éliminées	
1		CMXP <sup>a</sup>		.		Enter	
a. toutes variables requises introduites.							
b. variable dépendante: IE							
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>							
Modèle		R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation	Durbin-Watson	
1		,000 <sup>a</sup>	,000	-,008	1,00422826	1,941	
a. prédicteurs: (Constant), CMXP							
b. variable dépendante: IE							
ANOVA <sup>b</sup>							
Modèle		Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1		Régression		,000	1	,000	,996 <sup>a</sup>
		Résidu		119,000	118	1,008	
		Total		119,000	119		
a. valeurs prédicteurs: (Constant), CMXP							
b. variable dépendante : IE							
Coefficients							
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	
		B	Erreur standard	Beta			
1		(Constant)	-1,503E-16	,092		,000	1,000
		CMXP	,000	,092	,000	,005	,996
a. variable dépendante : IE							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

### 2.2.1.3. Influence de la variable « Désire du savoir »

Bien que les résultats de la régression linéaire simple (tableau 44) affichent un taux d'explication de la variance totale  $R^2$  de 4,4%, ce qui est faiblement supérieur au seuil minimum retenu (4%), la relation linéaire entre la variable « DS » et la variable « IE » est, tout de même, significative. En effet, la statistique Fisher indique une valeur calculée de 5,378 qui est supérieure à la valeur critique de F qui est égale, pour un seuil de 0,05 et des degrés de liberté respectives de 1 et de 118, à 3,92. Ceci donne une relation significative au seuil de 5% (sig.= 0,022). Cette relation linéaire est, par ailleurs, positive du moment que le coefficient standardisé BETA est positif (0,209).

**Tableau 44:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Désir du savoir »

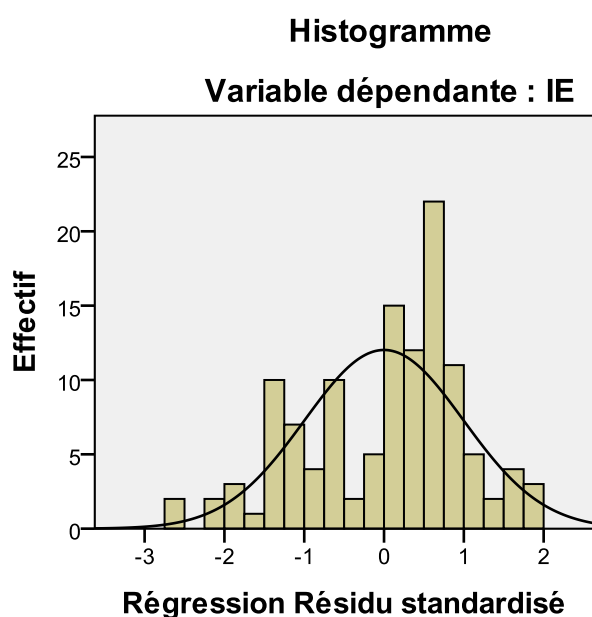
Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle Variables		Introduites		Variables		Éliminées
1		DS <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Statistique Durbin-Watson
1	,209 <sup>a</sup>	,044	,036	,98206206		1,984
a. prédicteurs: (Constant), DS						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,195	1	5,195	5,387	,022 <sup>a</sup>
	Résidu	113,805	118	,964		
	Total	119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), DS						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Beta		
1	(Constant)	-1,494E-16	,090		,000	1,000
	DS	,209	,090	,209	2,321	,022
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

La confirmation des résultats obtenus passe par une vérification des hypothèses de la régression linéaire simple. Cette opération s'est soldée par confirmer:

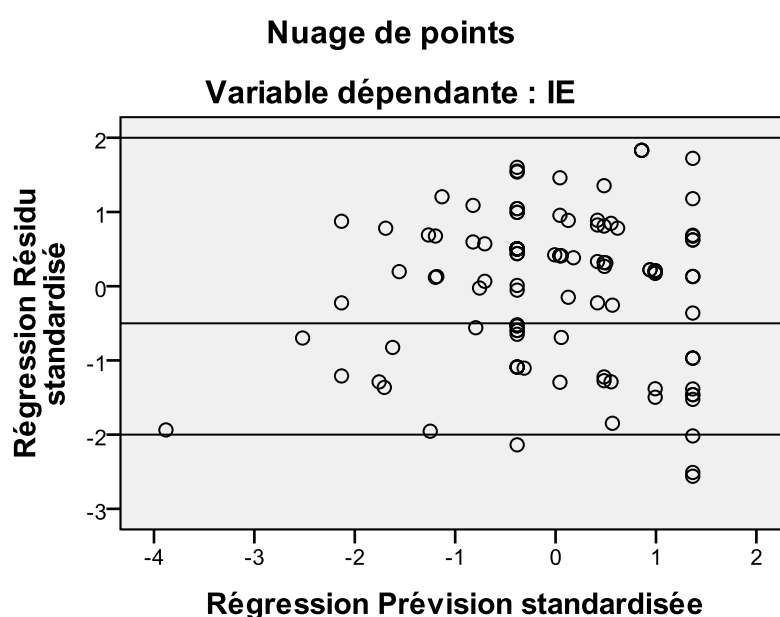
- **La distribution normale des résidus :** L'analyse graphique de la figure 13 nous indique une ressemblance entre la distribution des résidus et la distribution normale, malgré l'existence de quelques décalages. La normalité des résidus est, donc, admise.
- **L'absence d'autocorrélation des résidus :** La statistique Durbin Watson (DW) calculée, que nous retrouvons sur le tableau (44), présente une valeur de 1,984. Cette dernière se situe dans l'intervalle [1,71889 ; 2,28111] marqué par l'absence d'une autocorrélation entre les résidus.
- **L'homoscédasticité des résidus :** Mises à par 2 observations, le reste se disperse d'une manière aléatoire, ne dégageant aucune tendance particulière, à l'intérieur d'un rectangle délimité par les valeurs  $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$  (figure 14). Nous déduisons, à travers ceci, la constance de la variance du terme d'erreur.

**Figure 13:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*DS)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 14:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE\*DS)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

Suite à la confirmation des hypothèses de la régression linéaire simple, nous pouvons, à présent, valider les résultats obtenus précédemment portant sur l'influence positive, selon un modèle linéaire simple, du désir du savoir sur la variable l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. Toutefois, nous devons attendre les résultats de la régression linéaire multiple avant de pouvoir confirmer l'hypothèse de recherche (3a).

### 2.2.1.4. Influence de la variable « Quête de nouveauté »

L'analyse de la régression linéaire simple, détaillée dans le tableau (45), indique un coefficient de détermination  $R^2$  (6,8%) supérieur au seuil minimum retenu (4%). La quête de nouveauté explique, ainsi, 6,8% de l'intention entrepreneuriale. Par ailleurs, la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression linéaire simple est acceptable du moment que la valeur calculée de F (8,574 ; sig.= 0,004) est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique Fisher (3,92), pour un seuil de 0,05 et des degrés de liberté respectives de 1 et de 118. D'un autre côté, le coefficient standardisé Beta est positif (0,260), ce qui veut dire que cette relation linéaire, que nous avons trouvée significative, est positive.

**Tableau 45:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Quête de nouveauté »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle	Variables	Introduites		Variables		éliminées
1		QN <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,260 <sup>a</sup>	,068	,060	,96961965		1,972
a. prédicteurs: (Constant), QN						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,061	1	8,061	8,574	,004 <sup>a</sup>
	Résidu	110,939	118	,940		
	Total	119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), QN						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Beta		
1	(Constant)	-1,465E-16	,089		,000	1,000
	QN	,260	,089	,260	2,928	,004
a. variable dépendante : IE						

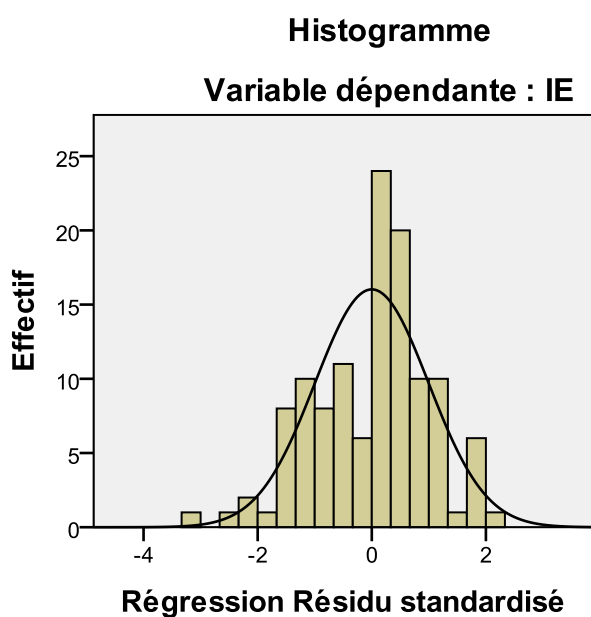
**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

La vérification des hypothèses de la régression linéaire simple s'est avérée fructueuse. En effet, nous avons trouvé que :



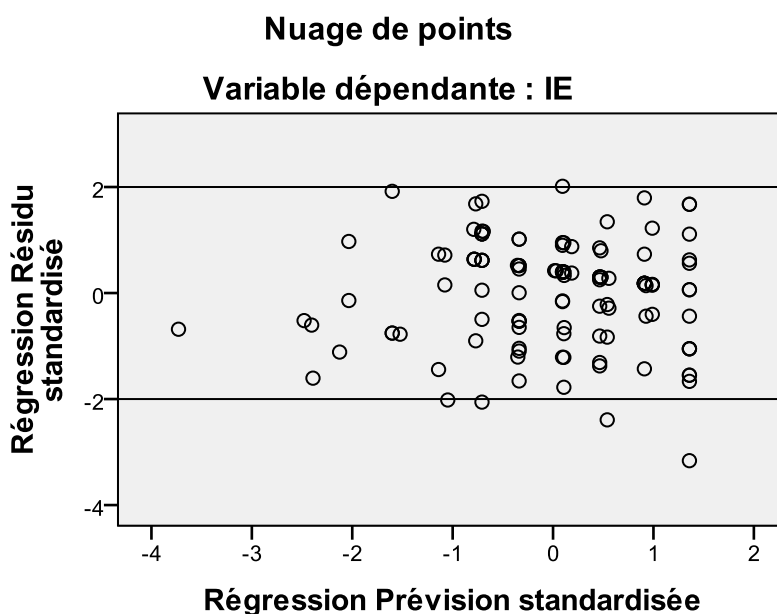
- **Les résidus suivent une loi normale :** L'analyse graphique de l'histogramme de la distribution des résidus (figure 15) montre que celle-ci se rapproche considérablement de la distribution de la loi normale confirmant ainsi la normalité des résidus
- **Les résidus ne sont pas corrélés :** Avec une valeur de 1,972 (tableau 45), la statistique Durbin Watson se positionne dans la zone d'absence d'autocorrélation, déterminée par l'intervalle [1,71889 ; 2,28111]. L'hypothèse d'absence d'autocorrélation des résidus est alors respectée.
- **Les résidus sont homoscedastiques :** nous constatons sur le graphique mettant en relation les résidus standardisés et les valeurs prédites (figure 16) que la dispersion des résidus est homogène. Autrement dit, l'observation des points ne dégage aucune tendance visible mais plutôt une dispersion à l'intérieur d'une zone étroite délimitée par les valeurs  $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$ . Ceci traduit l'homoscedasticité des résidus.

**Figure 15:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*QN)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 16:** Résultats du test d'homoscedasticité des résidus (IE\*QN)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

Après avoir vérifié les hypothèses de la régression linéaire simple, nous pouvons à présent confirmer que la quête de nouveauté influence positivement, sous une forme linéaire simple, l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. La confirmation L'hypothèse 3b de notre étude passera par l'analyse de la régression linéaire multiple.

#### 2.2.1.5. Influence de la variable « motivation de développement »

La régression de l'intention entrepreneuriale par rapport à la motivation de développement, dont les résultats sont représentés sur le tableau 46, indique un coefficient de détermination  $R^2$  nul. La qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire est non significative comme

nous pouvons le constater avec la valeur calculée de F (0,12 ; sig.= 0,913) qui est nettement inférieure à la valeur critique (F = 3,92, au seuil  $\alpha = 0,05$ , pour 1 et 118 degrés de liberté).

Cette analyse confirme, ainsi, avec certitude l'absence d'une relation linéaire. La conclusion que nous tirons, d'après ces résultats, est que la motivation de développement n'influence pas l'intention entrepreneuriale. Nous rejetons, donc, l'hypothèse (4a) de notre étude

**Tableau 46:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « motivation de développement »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle	Variables	introduites		Variables		éliminées
1		MD <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,010 <sup>a</sup>	,000	-,008	1,00417707		1,940
a. prédicteurs: (Constant), MD						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle	Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,012	1	,012	,012	,913 <sup>a</sup>
	Résidu	118,988	118	1,008		
	Total	119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), MD						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle	Coefficients non standardisés			Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Erreur standard		Beta		
1	(Constant)	-1,486E-16	,092		,000	1,000
	MD	-,010	,092	-,010	-,110	,913
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

### 2.2.1.6. Influence de la variable « Quête d'efficacité organisationnelle »

Les calculs économétriques, dont le détail est présenté dans le tableau 47, indiquent une influence significative de la Quête d'efficacité organisationnelle sur l'intention entrepreneuriale. En effet, la valeur calculée de la statistique Fisher est égale à 9,424 tandis que la valeur critique, pour des degrés de liberté de 1 et de 118, est de 3,92 ; ce qui fait que

relation linéaire est fortement significative (0,3 %). Ceci se reflète aussi par un coefficient de détermination  $R^2$  (7,4%) supérieur au seuil minimum retenu (4%), indiquant que 7,4% des variations de l'intention entrepreneuriale sont expliquées par la quête d'efficacité. A noter que la relation linéaire détectée est positive comme le suggère le coefficient standardisé Beta, qui possède une valeur positive (0,272)

**Tableau 47:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « quête d'efficacité »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle	Variables	introduites		Variables		Éliminées
1		QE <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,272 <sup>a</sup>	,074	,066	,96638052		2,132
a. prédicteurs: (Constant), QE						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig
1	Régression	8,801	1	8,801	9,424	,003 <sup>a</sup>
	Résidu	110,199	118	,934		
	Total	119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), QE						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Sig.
	B	Erreur standard	Beta			
1	(Constant)	-1,987E-16	,088		,000	1,000
	QE	,272	,089	,272	3,070	,003
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

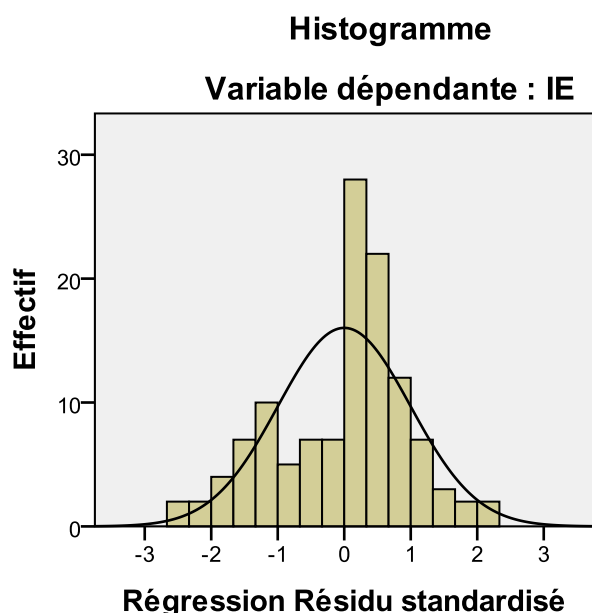
L'analyse des résidus nous a permis de vérifier les hypothèses de la régression linéaire. Nous avons trouvé, alors, que :

- **La distribution des résidus est normale :** D'après l'analyse graphique de l'histogramme des résidus (figure 17) et bien qu'il existe certains décalages, nous pouvons constater que

la distribution des résidus se rapproche de la distribution de la loi normale. Ceci suffit pour confirmer la normalité des résidus.

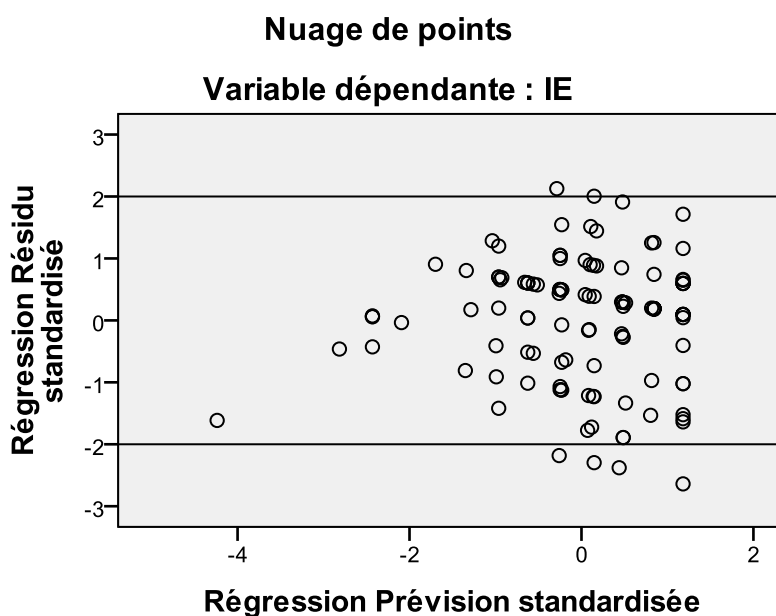
- **Les résidus ne sont pas corrélés :** D'après le tableau 47, la valeur calculée de la statistique Durbin Watson (2,132) est située dans l'intervalle [1,71889 ; 2,28111] correspondant à la zone d'absence d'autocorrélation des erreurs.
- **Les résidus sont homoscedastiques :** Le graphique exprimant la relation entre les résidus standardisés et les valeurs prédites (figure 18) indique une concentration des points à l'intérieur du rectangle délimité par les valeurs  $Z_{resid}=2$  et  $Z_{resid}=-2$ . Cette concentration ne fait ressortir aucune forme particulière de liaison entre résidus standardisés et valeurs prédites, ce qui traduit l'absence de problèmes d'hétéroscedasticité

**Figure 17:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*QE)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 18:** Résultats du test d'homoscedasticité des résidus (IE\*QE)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

Nous pouvons conclure à présent qu'il existe bel et bien une influence positive exercée par la quête d'efficacité, sous une forme linéaire simple, sur l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. Nous examinerons plutard les résultats de la régression multiple afin de confirmer définitivement l'hypothèse (4b) de notre étude.

### 2.2.1.7. Influence de la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle »

Les calculs économétriques effectués à travers la régression linéaire simple, dont les résultats sont synthétisés sur le tableau 48, indiquent un faible coefficient de détermination ( $R^2=1,9\%$ ) nettement inférieur au seuil minimum retenu (4%). L'évaluation de la qualité d'ajustement révèle que la relation linéaire est non significative. En effet, la valeur calculée de la statistique Fisher ( $F = 2,292$  ;  $sig=0,133$ ) est inférieure à la valeur critique de F, au seuil 0,05 et pour des

degrés de liberté de 1 et de 118, qui est de 3,92. Il n'existe, donc, pas de dépendance linéaire entre le besoin de consolidation de la position concurrentielle et l'intention entrepreneuriale.

**Tableau 48** : Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « Besoin de consolidation de la position concurrentielle »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle	Variables	introduites		Variables		Éliminées
1		BCPC <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,138 <sup>a</sup>	,019	,011	,99461445		1,973
a. valeurs prédites: (Constant), BCPC						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,268	1	2,268	2,292	,133 <sup>a</sup>
	Résidu	116,732	118	,989		
	Total	119,000	119			
a. valeurs prédites: (Constant), BCPC						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Beta		
1	(Constant)	-1,682E-16	,091		,000	1,000
	BCPC	,138	,091	,138	1,514	,133
a. variable dépendante : IE						

**Source** : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

Nous concluons, donc, que le besoin de consolidation de la position concurrentielle n'influence pas l'intention entrepreneuriale des patrons algériens des officines pharmaceutiques. L'hypothèse (4c) est, alors, rejetée.

#### 2.2.1.8. Influence de la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion »

Les résultats de la régression linéaire simple, affichés sur le tableau 49, révèle l'existence d'une relation linéaire traduite par un coefficient R<sup>2</sup> égal à 7,6%, qui est supérieur au seuil minimum retenu (4%). Ce dernier traduit le taux d'explication de l'intention entrepreneuriale à travers la variable « Perceptions de l'approbation des experts en gestion ». Cette relation est,

de plus, significative (sig.=0,002) avec un risque d'erreur de 5% étant donné que la valeur calculée de la statistique Fisher, qui est de 9,720 ; est largement supérieure à la valeur critique de Fisher que nous retrouvons sur la table F qui est de 3,92 (pour des degrés de liberté de 1 et de 118 et un seuil de 0,05). Une troisième information dégagée par les résultats de la régression simple révèle que cette relation linéaire entre les deux variables est positive. En effet, le coefficient standardisé Beta est positif (0,276)

**Tableau 49:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de l'approbation des experts en gestion »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle	Variables	introduites		Variables	Éliminées	
1		PAE <sup>a</sup>		.	Enter	
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,276 <sup>a</sup>	,076	,068	,96525896		1,976
a. valeurs prédites: (Constant), PAE						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Signification
1	Régression	9,056	1	9,056	9,720	,002 <sup>a</sup>
	Résidu	109,944	118	,932		
	Total	119,000	119			
a. valeurs prédites: (Constant), PAE						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Signification
	B	Erreur standard	Beta			
1	(Constant)	-1,514E-16	,088		,000	1,000
	DS	,276	,088	,276	3,118	,002
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

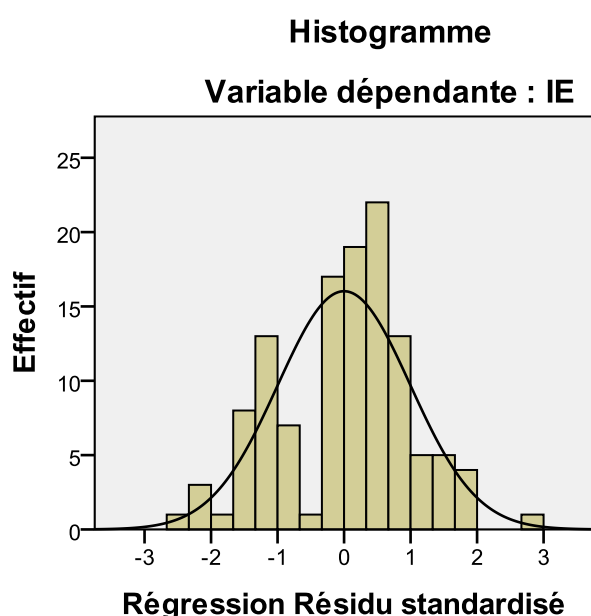
Cependant, cette relation linéaire ne sera confirmée qu'après l'examen des hypothèses de la régression linéaire simple à travers l'analyse des résidus. Cette opération s'est achevée par les conclusions suivantes :

- **La normalité des résidus :** l'histogramme représentant la distribution des résidus (figure 19) se rapproche considérablement de la courbe représentant la distribution de la loi

normale, malgré l'existence de certains écarts. Nous déduisons donc que les résidus suivent une loi normale.

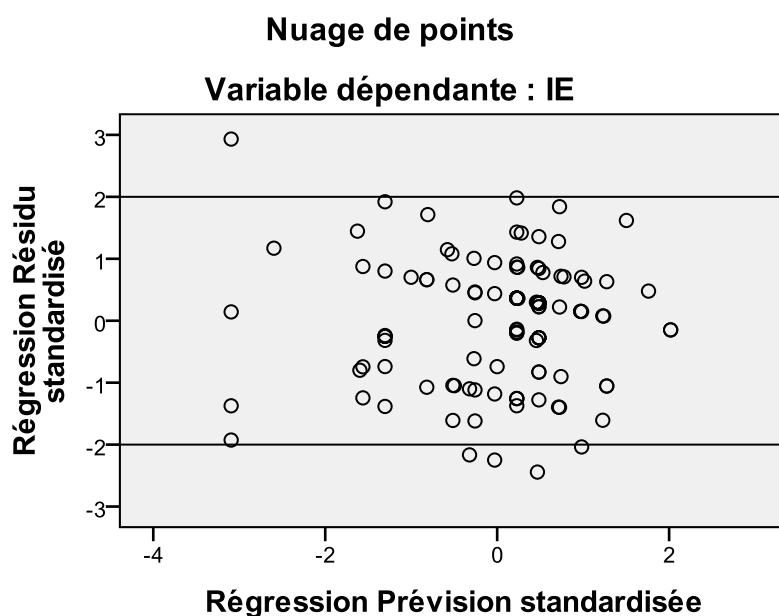
- **L'absence d'autocorrélation des résidus :** La valeur calculée de la statistique Durbin Watson (tableau 49) est égale à 1,976 se plaçant, ainsi, à l'intérieur de la zone d'absence d'autocorrélation, qui est délimitée par l'intervalle [1,71889 ; 2,28111].
- **L'homoscédasticité des résidus :** L'analyse graphique de la dispersion des résidus standardisés en fonction des valeurs prédites (Figure 20) ne dégage aucune tendance visible particulière. Nous constatons que l'ensemble des points, mises à part quatre, se concentrent à l'intérieur du rectangle délimité par les valeurs  $Z_{resid}=2$  et  $Z_{resid}=-2$ , ce qui reflète la constance de la variance du terme d'erreur

**Figure 19:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*PAE)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 20:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE\*PAE)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

A présent et après avoir examiné la validité des hypothèses de la régression linéaire simple, nous pouvons dire que les perceptions de l'approbation des experts en gestion influencent positivement l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens à travers un modèle linéaire simple. L'hypothèse (5) de notre étude reste à confirmer par le biais de l'analyse de la régression multiple

### 2.2.1.9. Influence de la variable « Perceptions des aptitudes à la planification du changement »

Les calculs économétriques affichés dans le tableau (50) indiquent un faible coefficient  $R^2$  (3,5%), qui est inférieur au seuil minimum de 4%. Toutefois, la relation linéaire dégagée est significative au seuil  $\alpha=5\%$  du moment que la valeur calculée de la statistique Fisher (4,236) est supérieure à la valeur critique (3,92), pour des degrés de liberté de 1 et de 118 au seuil

0,05. Sachant que le coefficient standardisé Beta est positif (0,113), la relation d'influence est positive

**Tableau 50:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions des aptitudes à la planification du changement».

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle Variables		Introduites		Variables		Éliminées
1		PACCa <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle		R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation	
1		,186 <sup>a</sup>	,035	,026	,98667466	
a. prédictors: (Constant), PACCa						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F
1		Régession		4,124	1	4,124
		Résidu		114,876	118	,974
		Total		119,000	119	
a. prédictors: (Constant), PACCa						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Beta	T	
1		(Constant)	-1,493E-16	,090		1,000
		PACCa	,186	,090	,186	2,058
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

Suite à la vérification des hypothèses de la régression linéaire simple, nous avons trouvé que :

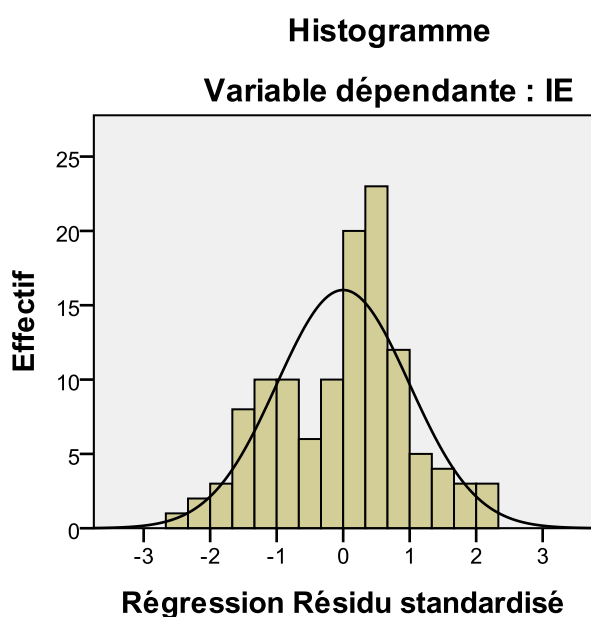
- **Les résidus suivent une loi normale :** Bien que l'analyse graphique de l'histogramme des résidus (Figure 21) montre un léger décalage entre la distribution des résidus et la distribution de la loi normale, ceci reste dans les limites de l'acceptable.
- **Les résidus ne sont pas corrélés :** La valeur de la statistique Durbin Watson est de 2,006 (tableau 50) se plaçant ainsi à l'intérieur de l'intervalle [1,71889 ; 2,28111] délimitant la zone d'absence d'autocorrélation des résidus



- **Les résidus sont homoscédastiques** : Nous constatons sur la figure 22 que, mises à part 5 observations, le reste se concentre à l'intérieur du rectangle ( $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$ ) et se disperse d'une manière aléatoire ne permettant de dégager aucune tendance particulière. Nous pouvons déduire que les résidus standardisés sont indépendants des valeurs prédites, ce qui reflète la constance de la variance du terme d'erreur.

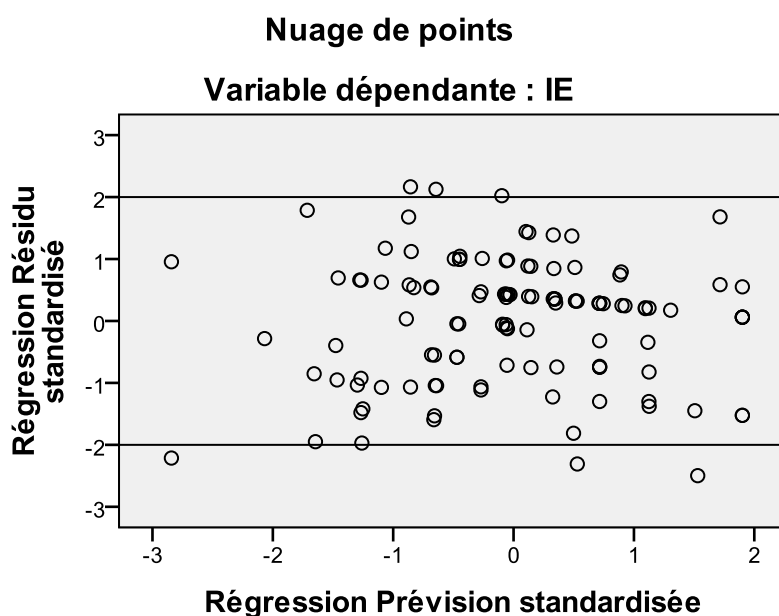
Nous concluons, donc, que les Perceptions des aptitudes à la planification du changement influence positivement, sous une forme linéaire simple, l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens. Toutefois, la confirmation de l'hypothèse (6a) de notre étude dépendra des résultats de la régression linéaire multiple.

**Figure 21:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*PACCa)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 22:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE\*PACCa)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

#### 2.2.1.10. Influence de la variable « Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement »

La régression linéaire simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable (PACCb) représentée dans le tableau 51, montre un coefficient  $R^2$  (6,4%) supérieur au seuil minimum (4%). Ceci traduit le fait que les perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement expliquent 6,4% de l'intention entrepreneuriale. De plus, nous avons trouvé que la relation linéaire est significative ( $sig. = 0,005$ ) au seuil statistique 5%. En effet, la valeur calculée de F, qui est de 8,036 ; est supérieure à la valeur critique de F, au seuil 0,05 pour des degrés de liberté de 1 et de 118. A ceci s'ajoute le fait que cette relation linéaire est positive ( $\beta = 0,253$ ).

**Tableau 51** : Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement»

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>								
Modèle Variables		introduites		Variables		Éliminées		
1		PACCb <sup>a</sup>		.		Enter		
a. toutes variables requises introduites.								
b. variable dépendante: IE								
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>								
Modèle		R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson	
1		,253 <sup>a</sup>	,064	,056	,97168696		1,924	
a. prédicteurs: (Constant), PACCb								
b. variable dépendante: IE								
ANOVA <sup>b</sup>								
Modèle		Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F	Sig.	
1		Régression		7,587	1	7,587	8,036	,005 <sup>a</sup>
		Résidu		111,413	118	,944		
		Total		119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), PACCb								
b. variable dépendante : IE								
Coefficients								
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Sig.	
		B	Erreur standard	Beta				
1		(Constant)	-1,807E-16	,089			,000	1,000
		PACCb	,253	,089	,253		2,835	,005
a. variable dépendante : IE								

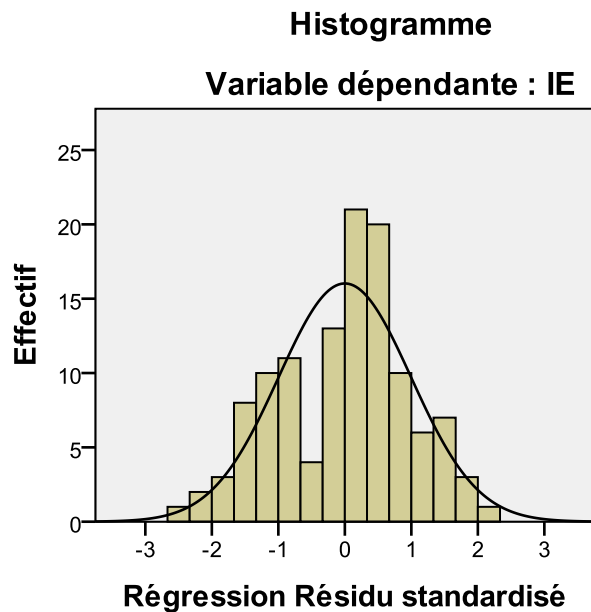
**Source** : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

La vérification des hypothèses de la régression linéaire simple, à travers l'analyse des résidus s'est soldée par les résultats suivants :

- **La normalité des résidus** : Comme le montre la figure 23, la distribution des résidus avoisine la distribution de la loi normale indiquant, ainsi, que le terme d'erreur suit une loi normale
- **L'absence d'autocorrélation** : Positionnée à l'intérieur de l'intervalle [1,71889 ; 2,28111], délimitant la zone d'absence d'autocorrélation, avec une valeur de 1,924 (tableau 51) ; la statistique Durbin Watson nous indique, ainsi, que les résidus sont indépendants.

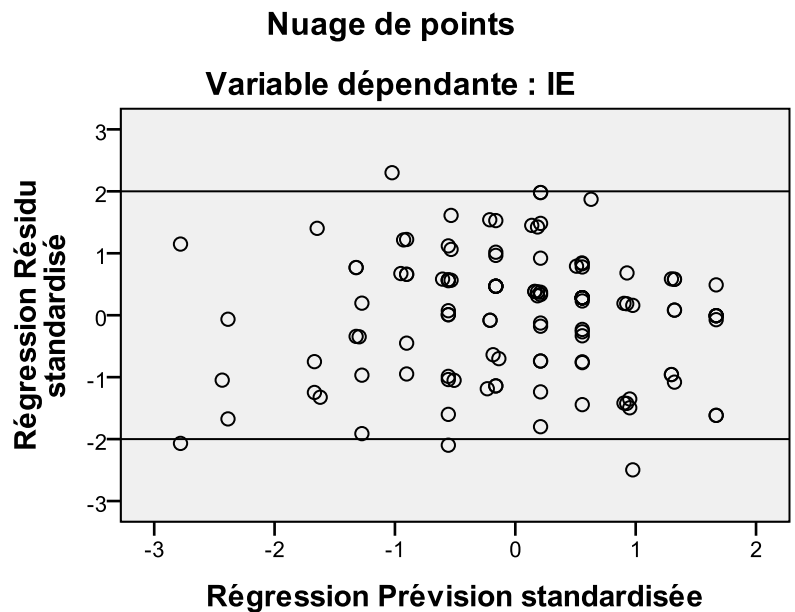
- **L'homoscédasticité** : L'analyse graphique de la figure 24 indique que la variance du terme d'erreur est constante. En effet, nous constatons que le nuage de points, composé des couples (erreur standardisée, valeur prédite), ne dégage aucune forme particulière de liaison. Il nous affiche, plutôt, une concentration d'observations à l'intérieur de la zone délimitée par les droites  $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$ .

**Figure 23:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*PACCb)



**Source :** Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 24:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE\*PACCb)



**Source :** Figure réalisée avec le logiciel SPSS

Suite à ces résultats, nous pouvons conclure que les perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement influencent positivement, à travers un modèle linéaire simple, l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens. Cependant, nous ne confirmons l'hypothèse (6b) de notre étude qu'après l'analyse de la régression multiple

#### **2.2.1.11. Influence de la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement »**

L'analyse de régression exposée dans le tableau (52) affiche un coefficient de détermination linéaire ( $R^2 = 5,8\%$ ), supérieur au seuil minimum retenu (4%), indiquant que les perceptions des aptitudes au contrôle et à l'évaluation du changement expliquent 5,8% des variations de l'intention entrepreneuriale. En outre, le coefficient F observé (7,291 ; sig. = 0,008) est supérieur au F calculé pour 1 et 118 degrés de liberté ( $F = 3,92$  ; sig. = 0,05). A ceci s'ajoute un coefficient standardisé positif ( $Beta=0,241$ ). Il en résulte que les Perceptions des aptitudes au contrôle et à l'évaluation du changement ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale.

**Tableau 52:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « Perceptions des aptitudes à l'évaluation et au contrôle du changement »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>							
Modèle Variables		introduites		Variables		Éliminées	
1		PACCc <sup>a</sup>		.		Enter	
a. toutes variables requises introduites.							
b. variable dépendante: IE							
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>							
Modèle		R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1		,241 <sup>a</sup>	,058	,050	,97457222		1,972
a. prédicteurs: (Constant), PACCc							
b. variable dépendante: IE							
ANOVA <sup>b</sup>							
Modèle		Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,925		1	6,925	7,291	,008 <sup>a</sup>
	Résidu	112,075		118	,950		
	Total	119,000		119			
a. prédicteurs: (Constant), PACCc							
b. variable dépendante : IE							
Coefficients							
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	
		B	Erreur standard	Beta			
1	(Constant)	-2,021E-16	,089		,000	1,000	
	PACCc	,241	,089	,241	2,700	,008	
a. variable dépendante : IE							

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

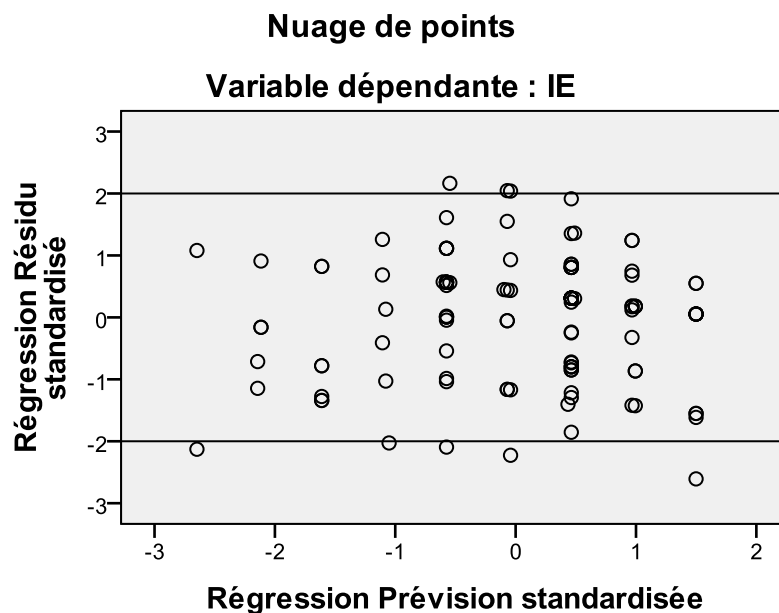
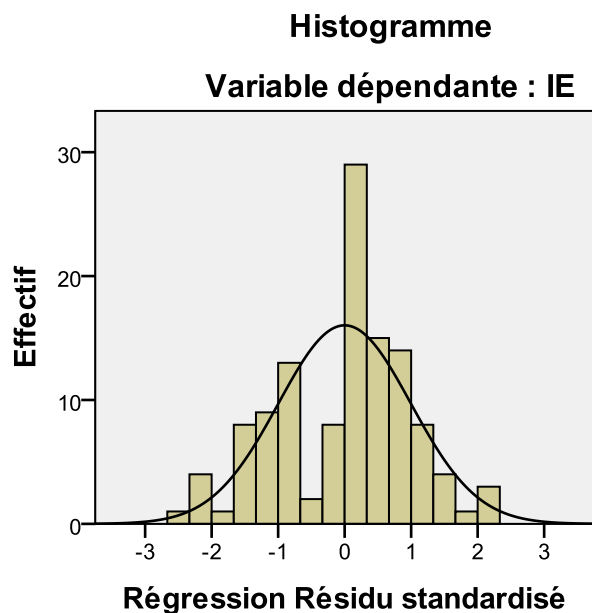
La validation des résultats passent par la vérification des hypothèses de la régression linéaire simple. Ceci a permis de confirmer que les résidus :

- **Suivent une loi normale :** Grace à l'analyse graphique de la figure 25, nous pouvons constater que la distribution des résidus se rapproche, malgré certaines différences, de la distribution de la loi normale
- **Ne sont pas autocorrélés :** La statistique Durbin Watson se positionne à l'intérieur de l'intervalle [1,71889 ; 2,28111], délimitant la zone d'absence d'autocorrélation, avec une valeur de 1,972 (tableau 51)
- **Sont homoscédastiques :** Comme nous pouvons le constater sur la figure 26, les couples (erreur standardisé, valeur prédite) se dispersent aléatoirement, sans dégager aucune

tendance particulière, à l'intérieur du rectangle ( $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$ ). Ceci est synonyme d'absence de corrélation entre erreurs standardisés et valeurs prédites, autrement dit, la variance du terme d'erreur est constante

**Figure 25:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*PACCCc)

**Figure 26:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (IE\*PACCCc)



**Source :** Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Source :** Figure réalisée avec le logiciel SPSS

Les perceptions des aptitudes au contrôle et à l'évaluation du changement influencent, donc, positivement, sous une forme linéaire simple, l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes. L'hypothèse 6c de notre étude reste, toutefois, à confirmer à travers la régression multiple.

#### 2.2.1.12. Influence de la variable « Perceptions de la disponibilité du temps »

L'examen de l'effet des perceptions de disponibilité du temps sur l'intention entrepreneuriale, dont les résultats sont affichés sur le tableau (53), mis en évidence par l'analyse de régression linéaire simple laisse apparaître un coefficient de détermination ( $R^2 = 2\%$ ), inférieur au seuil de 4% précédemment retenu. Par ailleurs, la qualité de l'ajustement obtenue n'est pas significative. En effet, la valeur critique du coefficient de Fisher ( $F = 3,92$  au seuil  $\alpha = 0,05$ , pour 1 et 118 degrés de liberté) est supérieure à celle observée ( $F = 2,365$  pour un signification égale à 0,127). Il n'existe, donc, pas de relation linéaire entre la variable « Perceptions de la disponibilité du temps » et l'intention entrepreneuriale

Nous concluons, donc, que les perceptions de la disponibilité du temps n'influencent pas l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur de la pharmacie. De ce fait, l'hypothèse (7a) est rejetée.

**Tableau 53** : Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable «Perceptions de la disponibilité du temps»

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle Variables		Introduites		Variables		éliminées
1		PARa <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites.						
b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle		R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation	
1		,140 <sup>a</sup>	,020	,011	,99431389	
a. prédicteurs: (Constant), PARa						
b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F
1	Régression	2,338		1	2,338	2,365
	Résidu	116,662		118	,989	
	Total	119,000		119		
a. prédicteurs: (Constant), PARa						
b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T
		B	Erreur standard	Beta		
1	(Constant)	-1,231E-16	,091			,000
	PARa	,140	,091	,140		1,538
a. variable dépendante : IE						

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

### 2.2.1.13. Influence de la variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil »

Les résultats de la régression de l'intention entrepreneuriale par rapport aux perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil (tableau 54) affichent un taux d'explication de la variance quasi nul dont le coefficient R<sup>2</sup> de 0,6%, soit une valeur nettement inférieure au seuil minimum retenu (4%). La qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire, évaluée à 0,737 pour une sig. de 0,317, n'est pas significative. La valeur critique de F (3,92 au seuil  $\alpha = 0,05$ , pour 1 et 118 degrés de liberté) lui est supérieure. Nous pouvons conclure que les perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil n'influencent pas l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur pharmaceutique. L'hypothèse (7b) est, donc, rejetée.

**Tableau 54:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « Perceptions de l'accessibilité à la formation et au conseil »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>							
Modèle Variables		Introduites		Variables		éliminées	
1		PARb <sup>a</sup>		.		Enter	
a. toutes variables requises introduites.							
b. variable dépendante: IE							
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>							
Modèle		R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1		,079 <sup>a</sup>	,006	-,002	1,00110820		1,952
a. prédicteurs: (Constant), PARb							
b. variable dépendante: IE							
ANOVA <sup>b</sup>							
Modèle		Somme des carrés		Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,738		1	,738	,737	,392 <sup>a</sup>
	Résidu	118,262		118	1,002		
	Total	119,000		119			
a. prédicteurs: (Constant), PARb							
b. variable dépendante : IE							
Coefficients							
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Sig.
		B	Erreur standard	Beta			
1	(Constant)	-1,599E-16	,091			,000	1,000
	PARb	,079	,092	,079		,858	,392
a. variable dépendante : IE							

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

#### 2.2.1.14. Influence de la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés »

Le test de régression, dont les caractéristiques sont reprises dans le tableau 55, indique un bon taux d'explication de l'intention entrepreneuriale à travers les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés, soit un coefficient de détermination R<sup>2</sup>, dont la valeur est de 9,3%. Cette dernière est supérieure à la valeur du seuil minimum retenu au départ (4%). Par ailleurs, l'évaluation de la qualité de l'ajustement de cette régression montre que la valeur critique de F, au seuil  $\alpha = 0,05$ , pour 1 et 118 degrés de liberté, qui est égale à 3,92 ; est nettement inférieure à la valeur F calculée (12,114 ; sig. = 0,001). Nous pouvons dire, alors, que la qualité de l'ajustement offert par la régression est significative. Il existe donc une dépendance significative entre le fait de penser que les employés qualifiés sont disponibles et

l'intention entrepreneuriale. Cette dépendance est positive du moment que le coefficient standardisé est positif (Beta = 0,305)

**Tableau 55:** Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport à la variable « Perceptions de la disponibilité des employés qualifiés »

Variables introduites/éliminées <sup>b</sup>						
Modèle Variables		introduites		Variables		éliminées
1		PARC <sup>a</sup>		.		Enter
a. toutes variables requises introduites. b. variable dépendante: IE						
Récapitulatif du modèle <sup>b</sup>						
Modèle	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson
1	,305 <sup>a</sup>	,093	,085	,95633723		1,938
a. prédicteurs: (Constant), PARC b. variable dépendante: IE						
ANOVA <sup>b</sup>						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Signification
1	Régression	11,079	1	11,079	12,114	,001 <sup>a</sup>
	Résidu	107,921	118	,915		
	Total	119,000	119			
a. prédicteurs: (Constant), PARC b. variable dépendante : IE						
Coefficients						
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Sig.
	B	Erreur standard	Beta			
1	(Constant)	-1,187E-16	,087		,000	1,000
	PARC	,305	,088	,305	3,481	,001
a. variable dépendante : IE						

**Source :** Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

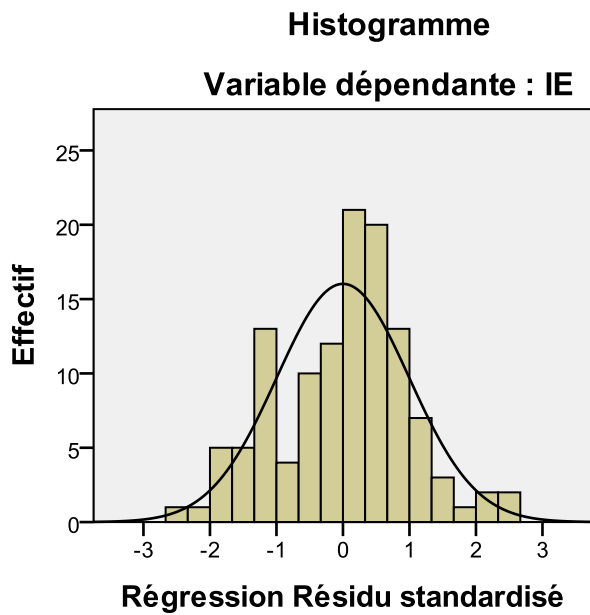
Une analyse des résidus nous a permis de vérifier les hypothèses de la régression linéaire simple. Ainsi, nous avons trouvé que :

- **Les résidus suivent une loi normale :** Sur la figure 27, nous constatons un rapprochement, entre l'histogramme représentant la distribution des résidus et la courbe représentant la loi normale, suffisant pour se prononcer sur la normalité des résidus
- **Les résidus ne sont pas corrélés :** Avec une valeur de 1,938 (tableau 55), la statistique Durbin Watson ne place à l'intérieur de la zone d'absence d'autocorrélation ; délimitée par l'intervalle [1,71889 ; 2,28111].



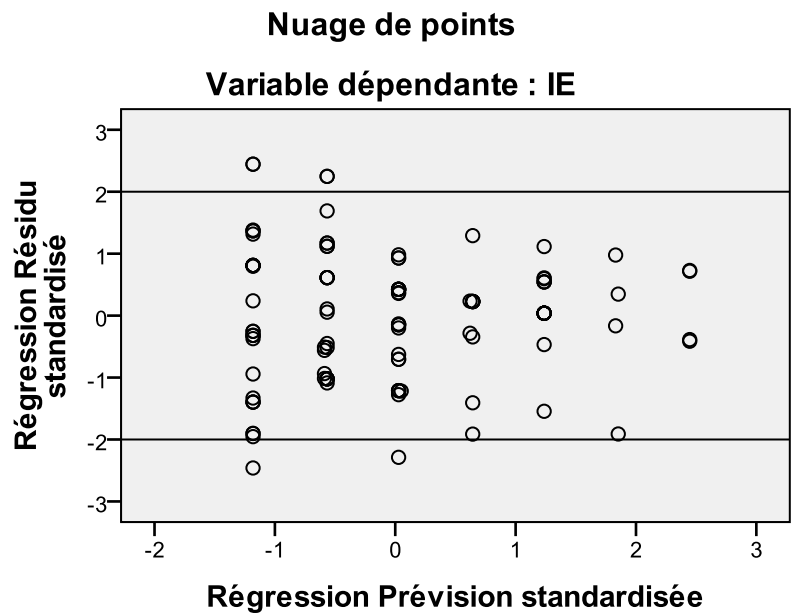
- **Les résidus sont homoscedastiques :** A travers l'analyse graphique de la figure 28, nous remarquons que l'ensemble des points se situent à l'intérieur d'un rectangle ( $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$ ). Le nuage de points ne dégage aucune tendance particulière, ce qui laisse entendre que la variance du terme d'erreur est constante.

**Figure 27:** Résultats du test de normalité des résidus (IE\*PARc)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 28:** Résultats du test d'homoscedasticité des résidus (IE\*PARc)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

D'après ces résultats, nous pouvons conclure que les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés influencent positivement l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes à travers un modèle linéaire simple. Cependant, la confirmation de l'hypothèse 7b de notre étude passera par l'analyse des résultats de la régression linéaire multiple.

### 2.2.2. Analyse multivariée du phénomène d'intention entrepreneuriale

Afin d'analyser l'influence exercée par une variable explicative sur la variable à expliquer en présence des autres variables explicatives, la régression multiple s'avère parfaitement adaptée. Elle nous offre, à la fois, un cadre théorique, à travers lequel nous pouvons étudier l'impact de plusieurs variables simultanément, ainsi qu'un moyen d'évaluer la contribution de chaque variable indépendante dans l'explication de la variable dépendante. Ceci représente, donc, un parfait moyen pour vérifier si l'influence d'une variable explicative sur la variable à expliquer, au sein d'un groupe de variables explicative, restera aussi significative qu'elle l'était lorsqu'il y avait une seule variable explicative.

Pour estimer l'influence conjointe de ces variables sur l'intention entrepreneuriale, nous procédons à une régression multiple selon la méthode « Pas à pas », dont le principe est d'introduire les variables l'une après l'autre en fonction de la contribution de la variable introduite à la variance expliquée (Gujarati, 2004, p. 380). Le recours à cette méthode de régression s'explique par le grand nombre de variables explicatives existant dans le modèle complet, ce qui risque de provoquer des problèmes de multicollinéarité.

Les résultats de la régression multiple, affichés sur le tableau 56, dégagent un modèle composé de 4 variables explicatives, à savoir les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel (EP), la quête de nouveauté (QN), la Quête d'efficacité organisationnelle (QE) et les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés (PARc). Le coefficient de détermination linéaire ( $R^2$ ) est très acceptable avec une valeur de 25,6% qui le place largement au dessus du seuil minimum retenu, soit 4%. En outre, les variables indépendantes contribuent à la hauteur de 23% dans l'explication l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériennes ( $R^2$  ajusté=23%)

Ces résultats montrent, aussi, que la valeur calculée de la statistique Fisher (9,869 ; sig.= 0,000) est nettement supérieure à la valeur critique F (2,46 ; au seuil 0,05 et pour des degrés de liberté de 4 et de 115). Ceci nous permet de conclure que la qualité de l'ajustement obtenue par la régression multiple est significative. Autrement dit, le modèle, dégagé par la régression multiple, est globalement accepté.

Par ailleurs, l'analyse des contributions de chacune des quatre variables retenues à l'explication du modèle globale, à travers l'examen des valeurs du coefficient standardisé Beta, indique que la variable « perceptions de la disponibilité des employés qualifiés » (PARc) est celle qui explique le mieux l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines pharmaceutiques algériens (0,296). Juste derrière, nous retrouvons les Perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel (EP) avec 0,208 ; la Quête d'efficacité organisationnelle (QE) avec un score de contribution de 0,192 et la quête de nouveauté (QN) avec 0,183

L'analyse de la significative de chaque variable explicative retenue à travers le test de Student nous a confirmé que ces quatre variables contribuent significativement à l'explication de l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines pharmaceutiques algériens avec un risque d'erreur individuel maximum de 5%. Tandis que pour le reste des variables

indépendantes non retenues, à savoir le besoin de consolidation de la position concurrentielle (BCPC), les perceptions des aptitudes à la planification du changement (PACCa), le désir du savoir (DS), la motivation de développement (MD), les perceptions de l'approbation des experts en gestion (PAE), les perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement (PACCb), les Perceptions des aptitudes au contrôle et à l'évaluation (PACCC), les Perceptions de la disponibilité du temps (PARa), les Perceptions de l'accessibilité à la formation/conseil (PARb) et les Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel (CMXP), les contributions ne sont pas significatives pour un seuil statistique de 5%.

**Tableau 56:** Régression multiple de l'intention entrepreneuriale à travers la méthode « pas à pas »

Variables introduites/supprimées <sup>a</sup>								
Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode					
1	EP	.	Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq 0,050$ , Probabilité de F pour éliminer $\geq 0,100$ ).					
2	PARc	.	Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq 0,050$ , Probabilité de F pour éliminer $\geq 0,100$ ).					
3	QE	.	Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq 0,050$ , Probabilité de F pour éliminer $\geq 0,100$ ).					
4	QN	.	Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq 0,050$ , Probabilité de F pour éliminer $\geq 0,100$ ).					
a. Variable dépendante : IE								
Récapitulatif du modèle								
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation		Durbin-Watson		
1	,506 <sup>d</sup>	,256	,230	,87768881		2,149		
d. Prédicteurs : (constantes), EP, PARc, QE, QN								
e. Variable dépendante : IE								
ANOVA <sup>e</sup>								
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Sig.		
1	Régression	30,411	4	7,603	9,869	,000 <sup>d</sup>		
	Résidu	88,589	115	,770				
	Total	119,000	119					
d. Valeurs prédites : (constantes), EP, PARc, QE, QN								
e. Variable dépendante : IE								
Coefficients <sup>a</sup>								
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
		A	Erreur standard				Bêta	Tolérance
4	Constante	-1,155E-16	,080		,000	1,000		
	EP	,208	,086	,208	2,421	,017	,880	1,136
	PARc	,296	,081	,296	3,669	,000	,995	1,005
	QE	,192	,085	,192	2,256	,026	,899	1,113

QN		,183	,082	,183	2,222	,028	,953	1,050
a. Variable dépendante : IE								
Variables exclues <sup>e</sup>								
Modèle		Bêta standardisé	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité		
						Tolérance	VIF	Tolérance minimale
4	DS	-,059 <sup>d</sup>	-,590	,556	-,055	,642	1,558	,642
	MD	-,059 <sup>d</sup>	-,709	,480	-,066	,951	1,052	,873
	BCPC	-,118 <sup>d</sup>	-1,228	,222	-,114	,695	1,438	,695
	PAE	,086 <sup>d</sup>	,935	,352	,087	,758	1,320	,755
	PACCa	,138 <sup>d</sup>	1,685	,095	,156	,952	1,050	,847
	PACCb	,109 <sup>d</sup>	1,266	,208	,118	,860	1,162	,801
	PACCC	,070 <sup>d</sup>	,795	,428	,074	,830	1,205	,796
	PARa	-,028 <sup>d</sup>	-,329	,743	-,031	,890	1,124	,875
	PARb	-,014 <sup>d</sup>	-,172	,864	-,016	,956	1,046	,880
	CMXP	-,049 <sup>d</sup>	-,598	,551	-,056	,979	1,021	,870

Source : Tableau réalisé par nos soins suite au traitement des données condensées avec le logiciel SPSS

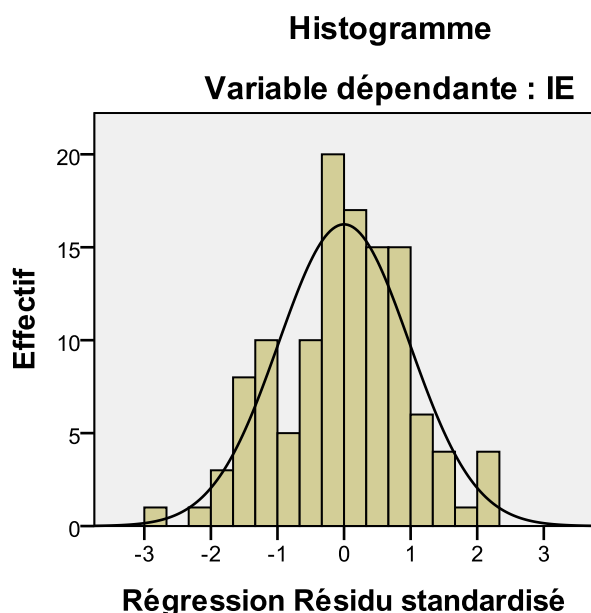
Les résultats présentés ci-dessous sont conditionnés par les hypothèses de la régression linéaire multiple. Nous avons, donc, vérifié ces hypothèses avant de confirmer les résultats obtenus. Cette opération s'est soldée par les résultats suivants :

- **Les résidus suivent une loi normale :** Comme le montre la figure 29, l'histogramme représentant la distribution des résidus se rapproche clairement de la courbe représentant la distribution de la loi normale.
  - **Les résidus ne sont pas corrélés :** Comme nous l'avons déjà expliqué, l'emplacement de la statistique DW au sein de ces intervalles, délimités par les valeurs  $d_L$  et  $d_u$ , déterminera s'il existe ou pas une autocorrélation des résidus. Pour obtenir les frontières des intervalles du test DW, nous utiliserons la table DW sur laquelle nous pouvons lire, pour une taille d'échantillon  $n=120$  et un nombre de variables explicatives  $k=4$ , des valeurs  $d_L$  et  $d_u$  respectives de 1,63394 et de 1,77146. Ceci dégage les intervalles suivants :
    - Existence d'une autocorrélation positive Entre 0 et 1,63394
    - Existence d'une zone d'incertitude entre 1,63394 et 1,77146
    - Absence d'autocorrélation entre 1,77146 et 2,22854
    - Existence d'une zone d'incertitude entre 2,22854 et 2,36606
    - Existence d'une autocorrélation négative entre 2,36606 et 4
- D'après le tableau 56, la statistique Durbin Watson présente une valeur de 2,149ce qui la place théoriquement dans une zone d'absence d'autocorrélation (entre 1,77146 et 2,22854).
- **Les résidus sont homoscedastiques :** L'analyse graphique du nuage de points composé des couples (résidu standardisé, valeur prédite), que nous retrouvons sur la figure 30, montre une dispersion aléatoire des points à l'intérieur d'un rectangle délimité par les

valeurs  $Z_{resid} = 2$  et  $Z_{resid} = -2$ . Cette dispersion ne dégage aucune tendance particulière, ce qui reflète l'absence d'une corrélation entre les résidus standardisés et les valeurs prédites. La variance du terme d'erreur est, donc, constante.

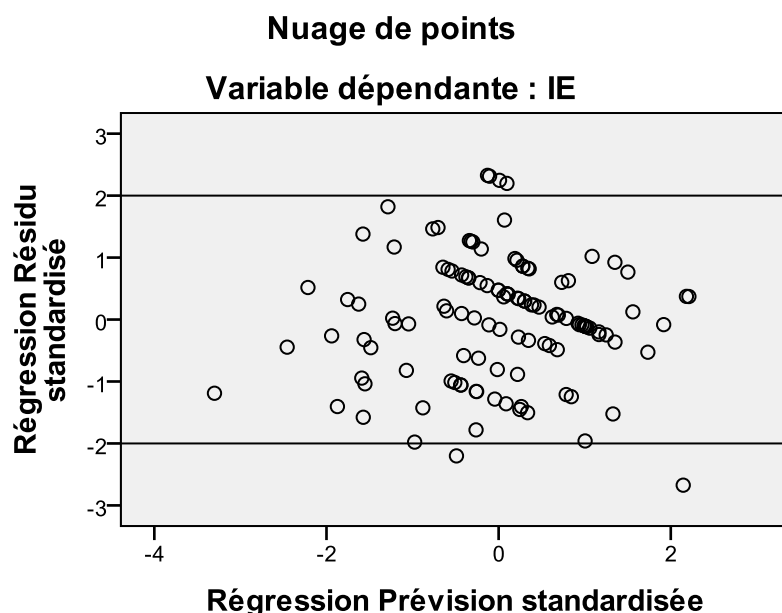
- **Les variables explicatives ne sont pas corrélées :** Les résultats du tableau 55, obtenus à travers le logiciel SPSS, montrent que la totalité des variables introduites au modèle de régression multiple possèdent des facteurs d'inflation de la variance (VIF) dont les valeurs sont comprises entre 1,005 et 1,136 comme l'indique la dernière colonne du tableau. Toutes ces valeurs sont, de loin, inférieures au seuil retenu pour l'indicateur VIF qui est de 10. En confirmation à ces résultats, les valeurs de l'indicateur de tolérance pour toutes les variables sont supérieures à seuil critique de 0,2. Ceci traduit clairement l'absence de multicollinéarité entre les variables explicatives retenues.

**Figure 29:** Résultats du test de normalité des résidus (Régression multiple)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

**Figure 30:** Résultats du test d'homoscédasticité des résidus (Régression multiple)



Source : Figure réalisée avec le logiciel SPSS

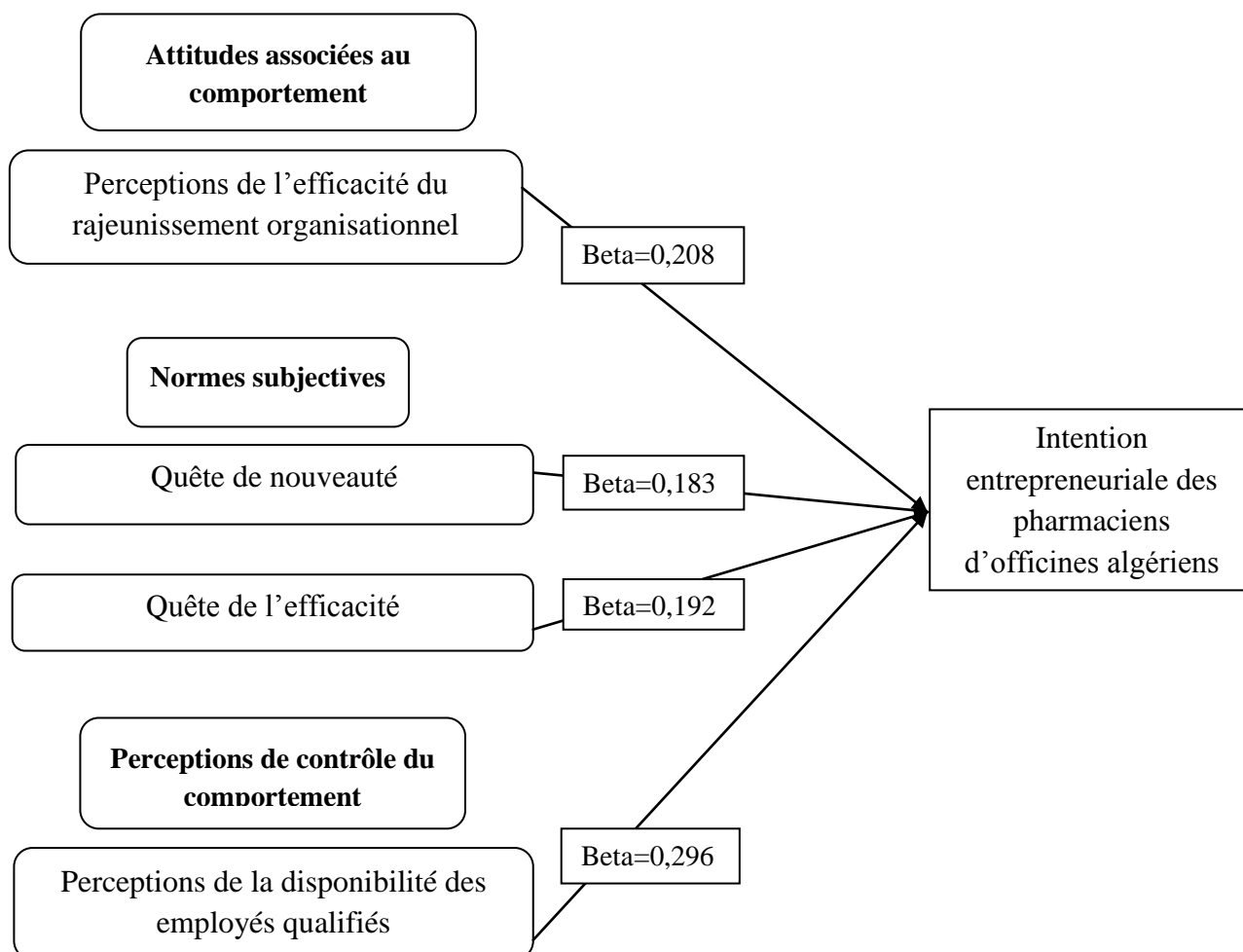
Les résultats de la régression linéaire multiple à travers la méthode « pas à pas » ont confirmé définitivement les résultats de la régression linéaire simple quant à l'influence des perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel (EP), de la quête de nouveauté (QN), de la Quête d'efficacité organisationnelle (QE) et des perceptions de la disponibilité des employés qualifiés (PARc), sur l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur de la pharmacie. Ainsi, les hypothèses (1), (3b), (4b) et (7c) sont validées.

Par ailleurs, la régression multiple a aussi trouvé les mêmes résultats quant à la non influence des Perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel (CMXP), de la motivation de développement (MD), du besoin de consolidation de la position concurrentielle (BCPC), des Perceptions de la disponibilité du temps (PARa) et des Perceptions de l'accessibilité à la

formation/conseil (PARb) sur l'intention entrepreneuriale. Ceci conforte le rejet des hypothèses (2), (4a), (4c), (7a) et (7b).

Toutefois, le désir du savoir (DS), les perceptions de l'approbation des experts en gestion (PAE), les perceptions des aptitudes à la planification du changement (PACCa), les perceptions des aptitudes à la mise en œuvre du changement (PACCb) et les Perceptions des aptitudes au contrôle et à l'évaluation (PACCC), dont l'influence sur l'intention entrepreneuriale à travers la régression simple était significative, ne l'influencent plus significativement dans un modèle de régression multiple. L'introduction de ces variables dans le modèle n'a pas d'apport explicatif significatif au seuil de 5%. Ainsi, nous considérons que ces 5 dernières variables n'influencent pas significativement l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes du secteur de la pharmacie. Du coup, les hypothèses (3a), (5), (6a), (6b), (6c) sont rejetées.

**Figure 31:** Modèle explicatif validé de l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes



### Conclusion du chapitre

Pour tester les hypothèses de recherche développées au chapitre 2, nous avons mobilisé à la fois, l'analyse bivariée et l'analyse multivariée afin d'examiner les relations susceptibles d'exister entre l'intention entrepreneuriale et les variables correspondant aux attitudes associées au comportement, aux normes subjectives et aux perceptions de contrôle comportemental.

Ces analyses, effectuées à travers la régression linéaire simple et la régression linéaire multiple, ont révélé que (4) variables, à savoir les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel (EP), la quête de nouveauté (QN), la Quête d'efficacité organisationnelle (QE) et les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés (PARc), contribuent significativement dans l'explication de l'intention entrepreneuriales des dirigeants de TPE algériens du secteur pharmaceutiques.

Par ailleurs, les hypothèses (2), (3a), (4a), (4c), (5), (6a), (6b), (6c), (7a) et (7b) n'ont pas été validées. Bien que ce résultat puisse apparaître, à première vue, comme un résultat négatif, mais en réalité il est aussi intéressant que le résultat tiré quant à la validation des hypothèses (2), (4a), (4c), (7a) et (7b). En effet, les futurs travaux de recherche portant sur le même thème pourront écarter ou modifier ces variables n'ayant pas approuvé de relation significative avec l'intention entrepreneuriale. Ceci permettra d'améliorer encore plus la qualité du modèle d'explication de l'intention entrepreneuriale.

La validation d'un modèle de l'intention entrepreneuriale apporte de nouvelles connaissances au champ de Corporate Entrepreneurship et à l'entrepreneuriat en général. Le processus de recherche mené, au cours de ce travail, apporte, certes, une valeur ajoutée sur le plan théorique et pratique, mais présente aussi des faiblesses et des limites qui pourront être traitées dans de futurs travaux de recherche. Dans la conclusion générale, nous essayerons d'aborder chacun de ces aspects.

## **CONCLUSION GENERALE**



*« Le savoir est un champ, mais s'il n'est ni labouré, ni surveillé, il ne sera pas récolté »*

### **Proverbe peul**

L'objectif de cette recherche était d'expliquer et de prédire l'intention entrepreneuriale du dirigeant d'une entreprise déjà existante, à savoir le pharmacien d'officine. Autrement dit, il nous fallait trouver les facteurs exerçant une influence, positive ou négative, sur cette phase en amont du processus entrepreneurial.

Pour atteindre cet objectif, nous nous sommes orientés vers la mobilisation des outils et des méthodes théoriques appartenant à la discipline de psychologie sociale du moment que l'intention est un concept, dont les origines se trouvent en psychologie plutôt qu'en entrepreneuriat. Ainsi, notre choix, pour étudier les antécédents de l'intention, s'est porté sur une théorie très célèbre et très répandue dans la discipline de psychologie sociale, à savoir la théorie du comportement planifié, développé par Icek Ajzen en 1985.

En se référant à cette théorie, nous avons développé un modèle où l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens est appréhendée par trois catégories de variables. La première catégorie, intitulée « attitudes associées au comportement », regroupe les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel et les perceptions de la complexité du rajeunissement organisationnel. Tandis que, la deuxième catégorie, intitulée « normes subjectives », regroupe les perceptions de l'approbation des experts en gestion, les motivations intrinsèques, à savoir le désir du savoir et la quête de nouveauté ainsi que les motivations extrinsèques spécifiées par la motivation de développement, la quête d'efficacité et le besoin de consolidation de la position concurrentielle. Finalement, la troisième catégorie, intitulée « les perceptions du contrôle comportemental », regroupe les perceptions des aptitudes à la conduite du changement dans sa phase de planification, de mise en œuvre et d'évaluation ainsi que les perceptions de l'accessibilité aux ressources, qu'il s'agisse de temps, de formation et conseil ou encore d'employés qualifiés.

Ce modèle fut testé, ensuite, sur échantillon composé de 120 pharmaciens algériens possédant et gérant leurs propres officines. L'analyse statistique, à travers la régression linéaire simple et multiple, a débouché sur un modèle plus rigide, composé de 4 variables explicatives, à savoir les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel (attitudes associées au comportement), la quête de nouveauté et la quête d'efficacité (normes subjectives) ainsi que les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés (les perceptions du contrôle comportemental). En outre, les autres variables ne se sont pas avérées significatives à cause, notamment, du problème de multicollinéarité.

Nous avons pu, donc, à travers cette recherche répondre à la problématique principale formulée au départ, portant sur les facteurs expliquant l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE algériennes su secteur de la pharmacie. Toutefois, ceci ne représente pas le seul point fort de ce travail. En effet, de nombreux apports que, ce soit sur le plan théorique ou sur le plan pratique, sont à mettre sous son égide.

Sur le plan théorique, cette recherche se distingue par une multitude de contributions.

Tout d'abord, elle propose un éclaircissement du concept de corporate entrepreneurship, exprimant la pratique entrepreneuriale à l'intérieur des entreprises déjà créées, ainsi que de ses formes à savoir le Corporate venturing et l'Organizational renewal. Ceci représente une base théorique et bibliographique fiable pour les futurs travaux, dont l'objectif est de traiter un sujet lié au phénomène de corporate entrepreneurship.

Toutefois, les formes de corporate entrepreneurship que nous retrouvons au sein des moyennes et des grandes entreprises ne sont pas forcément les mêmes que nous retrouvons au sein des petites et des très petites entreprises du moment que ces types d'entreprises n'ont ni le même fonctionnement, ni la même structure, ni les mêmes ressources. Ainsi, nous avons été amenés à explorer ce concept au sein des très petites entreprises (TPE), ce qui a donné à notre travail plus de précision.

Notre but étant d'expliquer l'intention, cette recherche a, donc, adopté une approche processuelle reconnaissant l'existence de plusieurs phases avant l'apparition de l'acte entrepreneurial. Cette approche dépasse, ainsi, les tentatives d'explication à travers la description du profil type de l'entrepreneur.

Une autre contribution importante concerne le champ d'utilisation du concept d'intention entrepreneuriale. En effet, nous avons recensé, dans un premier temps, les diverses utilisations du terme en question. Dans ce cadre, nous avons démontré que son utilisation ne concerne pas uniquement la volonté de créer une nouvelle entreprise mais elle s'étend aussi à la volonté de renouveler et de développer une entreprise déjà existante. Ensuite, nous avons proposé une définition opérationnelle correspondant au cas étudié.

Afin d'étudier l'intention, qui demeure un concept psychologique, nous avons mobilisé une théorie issue de la psychologie sociale comme cadre théorique de référence. Ce chevauchement entre disciplines est très bénéfique du moment qu'il nous permet d'exploiter les points forts des certaines disciplines pour palier les faiblesses des autres. Ainsi, nous avons développé un modèle psychosociologique pour tenter d'expliquer l'intention de s'engager dans un comportement entrepreneurial

La validation de ce modèle, à travers une analyse bivariée et multivariée, passait par la construction d'échelles de mesures fiables pour les construits utilisés. Dans cette optique, nous nous sommes inspirés de la démarche décrite par la méthode Churchill (1979) pour la construction des échelles de mesure multi-items. Ceci nous a permis de développer des échelles de mesure pertinentes qui peuvent servir dans de futures études utilisant des construits similaires

Enfin le dernier apport théorique se caractérise par la conception d'un modèle unique expliquant l'intention entrepreneuriale des dirigeants des TPE algériennes du secteur pharmaceutique. En effet, aucune recherche, à notre connaissance, n'a traité la même problématique en Algérie auparavant, ce qui donne à notre étude un caractère unique et spécifique.

Par ailleurs, la contribution pratique principale de cette recherche reste, tout de même, la plus importante à notre égard du moment qu'elle identifie les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel, la quête de nouveauté, la quête d'efficacité et les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés comme étant des facteurs influençant positivement l'intention entrepreneuriale des patrons d'officines algériens. Ce résultat est important, à la fois, pour les autorités sanitaires algériennes, qui pourront développer une politique de santé visant à promouvoir le développement des officines pharmaceutiques en se focalisant sur les quatre facteurs trouvés, mais aussi pour le bureau de conseil Eagle Management Consulting, qui pourra préparer une meilleure stratégie commerciale afin d'augmenter son portefeuille de clientèle.

D'une manière générale, nous pouvons dire que cette étude représente une modeste référence pour les futurs travaux de recherche dont le but est de traiter le phénomène de corporate entrepreneurship. Cependant, nul travail n'est parfait. En effet, elle affiche aussi certaines limites qui peuvent être améliorées dans l'avenir.

La première limite concerne le fait que nous nous focalisons uniquement sur la phase d'intention tout en négligeant la suite du processus entrepreneurial. Bien que la théorie du comportement planifié ait donné, à plusieurs reprises, des résultats satisfaisants, mais nous ne savons pas si ceci sera le cas pour le corporate entrepreneurship au sein des officines pharmaceutiques algériennes. Ainsi, l'existence d'une intention ne garantit pas forcément l'existence d'un comportement automatiquement, dans notre cas, à moins que ceci soit démontré par une étude longitudinale. Toutefois, ceci s'avère difficile dans la mesure où une telle étude nécessite du temps et des ressources non négligeables.

Une autre limite concerne le biais susceptible d'exister dans la méthode de la sélection des individus pour la participation au sondage. En effet, le choix s'est porté uniquement sur les pharmaciens utilisateurs de réseau social FACEBOOK, ce qui peut représenter un biais de sélection. Cependant, Il faut dire, aussi, que le problème du biais existe même avec d'autres modes d'échantillonnage et que nous ne pouvons pas l'exclure définitivement.

Une dernière limite se reflète par la colinéarité élevée entre certaines variables explicatives, ce qui a influencé négativement leur impact sur l'intention entrepreneuriale. Ceci reste, tout de même, raisonnable du moment que ce travail est le premier à traiter une telle problématique. Il est, alors, tout à fait normal que le choix des variables comporte quelques anomalies qui pourront être évitées dans de futures recherches.

Si ces limites existent, c'est pour que les améliorations interviennent. Pour cela, la recherche académique tente toujours de pousser la réflexion en traitant des problématiques plus approfondies tout en mobilisant de nouvelles approches et de nouveaux outils. Dans cette optique, les perspectives et les pistes à exploiter au-delà de cette étude sont nombreuses, entre autres, nous pouvons citer le passage de l'intention entrepreneuriale à l'acte entrepreneurial, l'évolution de l'intensité de l'intention entrepreneuriale ou encore l'étude comparative entre l'intention entrepreneuriale au sein d'une petite entreprise et au sein d'une moyenne entreprise.

**BIBLIOGRAPHIE**

- ADENFELT, M. et LAGERSTROM, K. (2006). Organizational rejuvenation for knowledge exploitation: Exploring corporate entrepreneurship in an MNE. *Journal of International Entrepreneurship* (2006), 4, p. 83–98.
- AGENCE NATIONALE DE LA DOCUMENTATION DE SANTE. (2011). La politique pharmaceutique en Algérie. En ligne sur le site de l'ANDS <http://www.ands.dz/Dossiers/direction-pharmacie/PHARM.HTM#132>, consulté le 20/11/2011.
- AJZEN, I. et MADDEN, T.J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453-474
- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179-211.
- AJZEN, I. (2002). Residual Effects of Past on Later Behavior: Habituation and Reasoned Action Perspectives. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107-122.
- AJZEN, I. et COTE, G.N. (2008). Attitudes and the Prediction of Behavior. Dans W.D. Crano et R. Prislin (Eds.), *Attitudes and attitude change* (p. 298-311). Newyork : Psychology Press.
- AJZEN, I., CZASCH, C. et FLOOD, M.G. (2009). From intentions to behavior: Implementation intention, commitment, and conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), p. 1356–1372.
- AJZEN, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127.
- AJZEN, I., JOYCE, N., SHEIKH, S. et COTE, N.G. (2011). Knowledge and the prediction of behavior: The role of information accuracy in the theory of planned behavior. *Basic and Applied Social Psychology*, 33, p. 101–117.
- ANTONCIC, B. et HISRICH, D. (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 495–527.
- ARMENAKIS, A.A., HARRIS, S.G. et MOSSHOLDER, K.W. (1993). Creating readiness for organizational Change. *Human relations*, 46(6), p. 681-703.
- ARMITAGE, C.J. et CONNER, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471–499.
- ARVOLA, A., VASSALLO, M., DEAN, M., LAMPILA, P., SABA, A., LAHTEENMAKI, L. et SHEPHERD, R. (2008). Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the Theory of Planned Behaviour. *Appetite*, 50, 443–454.

- AUTERE, J. et AUTIO, E. (2000). Is entrepreneurship learned ? Influence of mental models on growth motivation, strategy and growth. Academy of management conference, Toronto, Aout. 4-9, 2000.
- BAJPAI, N. (2010). Business Statistics. Inde: Dorling Kindersley.
- BARRETT, H., BALLOUN, J.L. et WEINSTEIN, A. (2000). Marketing Mix Factors as Moderators of the Corporate Entrepreneurship-Business Performance Relationship - A Multistage, Multivariate Analysis. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8(2), 50-62.
- BASSO, O. et FAYOLLE, A. (2009). L'entrepreneuriat organisationnel. *Revue française de gestion*, 195(5), p. 87-91.
- BASSO, O., FAYOLLE, A. et BOUCHARD, V. (2009). L'orientation entrepreneuriale : histoire de la formation d'un concept. *Revue française de gestion*, 195(5), 175-192.
- BAUMOL, WJ. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds. *Journal of Business Venturing*, (8), 197-210.
- BECUWE, A. (2010). Gestion des ressources humaines dans les municipalités françaises: De l'expérimentation à l'institutionnalisation. Paris : L'harmattan.
- BEER, M. et WALTON, A.E. (1987). Organization change and development. *Annual Review of Psychology*, 38, p. 339-67.
- BIRD, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- BIRKINSHAW, J., HAMEL, G. et MOL, M.J. (2008). Management Innovation. *Academy of Management Review*, 33(4), p. 825-845.
- BOISSIN, J.P., CHOLLET, B. et EMIN, S. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique. *Management*, 12(1), 28-51.
- BOYD, N.G. et VOZIKIS, G.S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 63-77.
- BRESSOUX, P. (2008). Modélisation statistique appliquée aux sciences sociales. Bruxelles : De Boeck & Larcier.
- BRUYAT, C. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation. Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble 2).
- BUGENTAL, J. (1980). The far side of despair. *Journal of Humanistic Psychology*, 20(1), 49-68.
- BURGELMAN, R.A. (1984). Designs for corporate entrepreneurship in established firms. *California Management Review*, 26 (3), 154-166.

- BURGENMEIER, B., GREPPIN, H. et PERRE, S. (2007). *Economie aux frontières de la nature*. Paris : L'harmattan.
- CARLAND, J. W., HOY, F., BOULTON, W.R. et CARLAND, J.A.C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *The Academy of Management Review*, 9, 354-359.
- CARR, J.C. et SEQUEIRA, J.M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach. *Journal of Business Research*, 60, 1090-1098.
- CARRICANO, M., POUJOL, F. et BERTRANDIAS, L. (2010). *Analyse des données avec SPSS*. Paris: Pearson Education.
- CARRIER, C. (1996). Intrapreneurship in small businesses: an exploratory study. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 21(1), 5-21.
- CASIN, P. (1999). *Analyse des données et des panels des données*. Bruxelles : De Boeck & Larcier.
- CENTRE NATIONAL D'INFORMATIQUE ET DE STATISTIQUES. (2012). *Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie entre 2006 et 2010*. En ligne sur le site du CNIS <http://www.douane.gov.dz/applications/stat/#>, consulté le 2 Février 2012.
- CHAMPELY, S. (2004). *Statistique vraiment appliquée au sport: Cours et exercices*. Bruxelles : De Boeck & Larcier.
- CHANG, M.K. (1998). Predicting Unethical Behavior: A Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Ethics*, 17, 1825-1834
- CHEN, C.D., FAN, Y.W. et FARN, C.K. (2007). Predicting electronic toll collection service adoption: An integration of the technology acceptance model and the theory of planned behavior. *Transportation Research Part C*, 15, 300-311.
- CHEN, J., ZHU, Z. et ANQUAN, W. (2005). A system model for corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*, 26(6), 529-543.
- CHUNG, L.H. et GIBBONS, P.T. (1997). Corporate entrepreneurship: The roles of ideology and social capital. *Group and Organization Management*, 22(1), 10-30.
- CHURCHILL, G.A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16, p. 64-73.
- CLAVEL, V., CHENOUF, A. et BOUTEBEL, A. (2010). *Le marché pharmaceutique en Algérie-Répertoire des importateurs/distributeurs ayant marqué un intérêt pour l'offre française*. UbiFrance et Les Missions Economiques. 95 pages

- COHEN, P.R. et LEVESQUE, H.J. (1990). Intention Is Choice with Commitment. *Artificial Intelligence*, 42, 213-261.
- COLLERETTE, P., DELISLE, G. et PERRON, R. (1997). *Le changement organisationnel : Théorie et pratique*. Canada : Presses de l'université du Québec.
- CONSEIL NATIONAL ECONOMIQUE ET SOCIAL. (2003). *Le médicament plate - forme pour un débat social*, 106 pages.
- CORDANO, M. et FRIEZE, I.H. (2000). Pollution Reduction Preferences of U.S. Environmental Managers: Applying Ajzen's Theory of Planned Behavior. *The Academy of Management Journal*, 43(4), 627-641.
- COURGEAU, D. et PUMAIN, D. (1996). *Analyse spatiale de données biodémographiques*. Paris : Editions John Libbey Euronext.
- COVIN, J.G. et SLEVIN, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
- CUVILLIER, L. (2002). *L'évaluation de l'efficacité de la dépense publique dans le contrôle de la gestion opéré par les Chambres Régionales des Comptes*. Mémoire de DEA, Ecole doctorale 74, Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales, Université Lille 2, France.
- DAGNELIE, P. (1998). *Statistique théorique et appliquée: Inférence statistique à une et deux dimensions*. Bruxelles : De Boeck & Larcier.
- DAMANPOUR, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34, 555-590.
- DAMANPOUR, F., SZABAT, K.A. et EVAN, W.M. (1989). The relationship between types of innovation and organizational performance. *Journal of Management Studies*, 26, 587-601.
- DAVIDSSON, P. (1991). Continued entrepreneurship: ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6, 405-429.
- DAVIDSSON, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, Novembre. 23-24, 1995.
- DELMAR, F. et WIKLUND, J. (2008). The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 437-457.
- DESS, G.G., IRELAND, R.D., ZAHRA, S.A., FLOYD, W., JANNEY, J. et LANE, P.J. (2003). Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 351-378.
- DODGE, Y. (2004). *Statistique: dictionnaire encyclopédique*. Paris : Springer

- EL MOUJAHID. (2011). Ministère de la Santé : « 32% des grossistes ne disposent pas de stocks suffisants de médicaments ». Entrevue avec Bouchnak Khelladi. En ligne sur le site d'El Moujahid <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/16692>, Consulté le 21 Novembre 2011.
- ELLIOTT, M.A., ARMITAGE, C.J. et BAUGHAN, C.J. (2007). Using the theory of planned behaviour to predict observed driving behavior. *British Journal of Social Psychology*, 46, 69-90.
- ELLISON, N.B. STEINFELD, C. et LAMPE, C. (2007). The benefits of Facebook "Friends:" Social capital and college Students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, p. 1143–1168.
- EMIN, S. (2003). L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics: le cas français. Thèse pour l'obtention du doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès, Faculté Ecole doctorale de sciences de gestion, France.
- ENDIMED. (2011). Lettre du directeur. En ligne sur le site de l'ENDIMED <http://www.endimed.com/index.php>, Consulté le 20 Novembre 2011.
- EVANS, D.S. et LEIGHTON, L.S. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519-535.
- FAYOLLE, A. et GAILLY, B. (2009). Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre, *Management*, 12(3), 176-203.
- FERREIRA, J. et AZEVEDO, S.G. (2008). Entrepreneurial orientation (EO) and growth of firms: key lessons for managers and business professionals. *Problems and Perspectives in Management*, 6(1), 82-88.
- FERRIER, O. (2002). Les très petites entreprises. Bruxelles : De Boeck Université.
- FRASER, R.T., JOHNSON, K., HEBERT, J., AJZEN, I., COPELAND, J., BROWN, P. et CHAN, F. (2010). Understanding Employers' Hiring Intentions in Relation to Qualified Workers with Disabilities: Preliminary Findings. *Journal of Occupational Rehabilitation*, 20, 420-426.
- GONARD, T. et LOUAZEL, M. (1997). Comprendre les processus d'innovation technique à l'aide du concept de réseau : Un programme de recherche. Actes de la VIème Conférence de l'AIMS, Montréal, du 01 au 03 Juin 1997.
- GREENAN, N. ET MAIRESSE, J. (2006). Les changements organisationnels, l'informatisation des entreprises et le travail des salariés. Un exercice de mesure à partir de données couplées. *Revue économique*, Presses de Sciences-Po, 57(6), p. 1137-1175.
- GUJARATI, D.N. (2004). *Econométrie*. Bruxelles : De Boeck & Larcier.
- GUTH, W.D. et GINSBERG, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5–15.



- HAGGARD, P. (2005). Conscious intention and motor cognition. *Trends in Cognitive Sciences*, 9(6), 290-295.
- HANSEN, T., JENSEN, J.M. et SOLGAARD, H.S. (2004). Predicting online grocery buying intention: a comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior. *International Journal of Information Management*, 24, 539–550.
- HILLS, G. et LAFORGE, R. (1992). Research at the marketing interface to advance entrepreneurship theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(Spring), 33–59.
- HMIELESKI, K.M. et CORBETT, A.C. (2006). Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45–63.
- HOFFMAN, R.C. et HEGARTY, W.H. (1993). Top management influence on innovations: Effects of executive characteristics and social culture. *Journal of Management*, 19(3), 549-574.
- HORNSBY, J.S., KURATKO, D.F., SHEPHERD, D.A. et BOTT, J.P. (2009). Managers' corporate entrepreneurial actions: Examining perception and position. *Journal of Business Venturing*, 24, 236–247
- IRELAND, R.D., HITT, M.A., CAMP, S.M. et SEXTON, D.L. (2001). Integrating entrepreneurship actions and strategic management actions to create firm wealth. *Academy of Management Executive*, 15(1), 49–63.
- IRELAND, R. D., COVIN, J. G. et KURATKO, D. F. (2009). Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 19-46.
- JENKINS, M. et JOHNSON, J. (1997). Entrepreneurial intentions and outcomes: a comparative causal mapping study. *Journal of Management Studies*, 34(6), 895-920.
- JOHANNESSEN, J.A., OLSEN, B. et LUMPKIN, G.T. (2001). Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?". *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20-31.
- JOHNSON, A.N. (2008). 'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and uses of Facebook. *CHI 2008 Proceedings-Online Social Networks*. Florence, Italie, Avril 5-10.
- KHANDWALLA, P.N. (1987). Generators of pioneering-innovative management: Some Indian Evidence. *Organisation studies*, 8(1), 39-59.
- KNIGHT, G.A. (1997). Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation. *Journal of Business Venturing*, 12(3), 213–225.
- KOLVEREID, L. (1992). Growth aspirations among norwegian entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7, 209-222.

- KRUEGER, N.F. et CARSRUD, A.L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior, *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- KRUEGER, N.F., REILLY, M.D. et CARSRUD, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- KRUEGER, N.F. (2007). What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 123-138.
- KURATKO, D.F., HORNSBY, J.S., NAFFZIGER, D.W. et MONTAGNO, R.V. (1993). Implement entrepreneurial thinking in established organizations. *SAM Advanced Management Journal*, 58(1), 28–33, 39.
- KURATKO, D.F. et AUDRETSCH, D.B. (2009). Strategic entrepreneurship: Exploring different perspectives of an emerging concept. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), p. 1-17.
- LEJEUNE, A. et BOUTOUCHENT, Z. (2007). Analyse de la filiere industrie pharmaceutique, Rapport Euro-Développement-PME de la Commission Européenne pour le Ministère de la PME et de l'Artisanat, 88 pages.
- LENDREVIE, J., LEVY, J. et LINDON, D. (2006). *Le Mercator*: 8<sup>ème</sup> édition. Paris: Dunod.
- LOI n° 08-13 du 17 Rajab 1429 correspondant au 20 Juillet 2008 modifiant et complétant la loi n° 85-05 du 16 février 1985 relative à la protection et à la promotion de la santé. (2008). *Journal Officiel de la République Algérienne*, 1985, p. 7.
- LOI n°85-05 du 16 Février 1985 relative à la protection et à la promotion de la santé. (1985). *Journal Officiel de la République Algérienne*, 1985, p. 134.
- LUMPKIN, G.T. et DESS, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 12(1), 135–172.
- MACMILLAN, I.C. et DAY, D.L. (1987). Corporate ventures into industrial markets: dynamics of aggressive entry. *Journal of Business Venturing*, 2( 1), 29-39.
- MARQUES, C.S. et FERREIRA, J. (2009). SME Innovative Capacity, Competitive Advantage and Performance in a ‘Traditional’ Industrial Region of Portugal. *Journal of Technology Management & Innovation*, 4(4), 53-68.
- MERRIFIELD, D.B. (1993). Intrapreneurial corporate renewal. *Journal of Business Venturing*, 8, 383-389.
- MILLER, D. et FRIESEN, P. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3, 1–25.
- MILLER, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.

- MINTZBERG, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California management review*, 16(2), 44-53.
- MITCHELL, T. R. (1982). Motivation: New directions for theory and research. *Academy of Management Review*, 17(1), p. 80-88.
- MOINIER, X. (2006). La stratégie marketing de l'entreprise officinale. France : Estem.
- MORIN, M.E., GUINDON, M. et BOULIANNE, É. (1996). Mesurer la performance de l'entreprise. *Gestion*, 21(3), p. 61-66.
- MORRIS, M.H., LEWIS, P.S. et SEXTON, D.L. (1994). Reconceptualizing entrepreneurship: An input-output perspective. *SAM Advanced Management Journal*, 59(1), 21-31.
- NIELSEN, R.P., PETERS, M.P. et HISRICH, R.D. (1985). Entrepreneurship strategy for internal markets: corporate, non profit, and government institution cases. *Strategic Management Journal*, 6, 181-190.
- NOHRIA, N. et GULATI, R. (1996). Is Slack Good or Bad for Innovation?. *The Academy of Management Journal*, 39(5), 1245-1264.
- PATUREL, R. (2007). Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat. *Revue internationale de Psychosociologie*, (XIII), 27-43.
- PAVLOU, P.A. et FYGENSON, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: an extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 30(1), 115-143.
- PELLETIER, L.G., TUSON, K.M., FORTIER, M.S., VALLERAND, R.J., BRIERE, N.M. et BLAIS, M.R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The sport motivation scale (SMS). *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 17, p. 35-53.
- PELLING, E.L. et WHITE, K.M. (2009). The Theory of Planned Behavior Applied to Young People's Use of Social Networking Web Sites. *CyberPsychology and behavior*, 12(6), 755-759.
- PETRY, F. (2003). Guide Pratique D'introduction a la Regression en Sciences Sociales. Canada : Les presses de l'université Laval.
- PHAN, P.H., WRIGHT, M., UCBASARAN, D. et WEE-LIANG, T. (2009). Corporate entrepreneurship: Current research and future directions. *Journal of Business Venturing*, 24, 197-205.
- PLAISENT, M. et BERNARD, P. (2009). Introduction à l'analyse des données de sondage avec SPSS. Canada: Presses de l'Université du Québec.
- POLITIS, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 399-424.

- RAIJMAN, R. (2001). Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago. *Journal of Socio-Economics*, 30, 393–411
- RONEN, J. (1988). The rise and decay of entrepreneurship: A different perspective. *The journal of Behavioral Economics*, 18(3), p. 167-184.
- ROUSSEL, P. et WACHEUX, F. (2005). *Management des Ressources Humaines: Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*. Bruxelles : De Boeck.
- RYAN, R.M. et DECI, E.L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), p. 68-78.
- SALIM, L. (2011). Sécurité sociale: 90% des pharmaciens sont conventionnés. En ligne sur le site du quotidien d'Oran [http://www.lequotidienoran.com/index.php?news=5157116&archive\\_date=2011-08-27](http://www.lequotidienoran.com/index.php?news=5157116&archive_date=2011-08-27), Consulté le 15 Novembre 2011.
- SATHE, V. (2003). *Corporate entrepreneurship: Top managers and new business creation*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- SCHIFTER, D.E. et AJZEN, I. (1985). Intention, Perceived Control, and Weight Loss: An Application of the Theory of Planned Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 843-851.
- SHANE, S. et VENKATARAMAN, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- SHEPHERD, D.A. et KRUEGER, N.F. (2002). An Intentions-Based Model of Entrepreneurial Teams' Social Cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 167-185.
- STAFFORD, J. ET BODSON, P. (2006). *L'analyse multivariée avec SPSS*. Canada : Presses de l'Université du Québec.
- STEWART, W.H., WATSON, W.E., CARLAND, J.C. et CARLAND, J.W. (1998). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14, 189-214.
- STOPFORD, J.M. et BADEN-FULLER, C.W.F. (1990). Corporate rejuvenation. *Journal of Management Studies*, 27(4), 399–415.
- SUTTON, S. (1998). Predicting and Explaining Intentions and Behavior: How Well Are We Doing?. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 131 7-1 338.
- THIETART, R.A. (2000). *Management et complexité : Concepts et théories (les Cahiers du centre de recherche DMSP, n°282)*. Paris : Centre de recherche DMSP, Université de Paris Dauphine.

- THOMPSON, E.R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 669-694.
- THORNHILL, S. et AMIT, R. (2001). A dynamic perspective of internal fit in corporate venturing. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 25-50.
- TOUNÉS, A. (2003). L'intention entrepreneuriale, Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE. Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Sciences Economiques et de Gestion.
- TUBBS, M.E. et EKEBERG, S.E. (1991). The Role of Intentions in Work Motivation: Implications for Goal-Setting Theory and Research. *The Academy of Management Review*, 16(1), 180-199.
- TURNER, A.N. (1982). Consulting is more than giving advice. *Harvard Business Review*, Sept-Oct, p. 120-129.
- VALLERAND, R.J. et O'CONNOR, B.P. (1991). Construction et validation de l'Échelle de Motivation pour les Personnes âgées (EMPA). *Journal International de Psychologie*, 26, p. 219-240
- VALLERAND, R.J., PELLETIER, L.G., BLAIS, M.R., BIÈRE, N.M., SENECALE, C. et VALLIERES, F.E. (1992). The academic motivation scale: A measure of intrinsic, extrinsic and Amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 52, p. 1003-1017.
- VAN DE VEN, A.H. (1986). Central Problems in the Management of Innovation. *Management Science*. 32(5). P. 590-607.
- VANDENHEEDE, M. (2009). Assurance qualité à l'officine : Jusqu'a une certification iso 9001. Exemple de la dispensation sur Prescription. Thèse présentée pour l'obtention du titre de docteur en pharmacie, faculté de Pharmacie de Grenoble, Université Joseph Fourier, France.Moinier, 2006, p. 3
- WARSHAW, P.R. et DAVIS, F.D. (1985). Disentangling Behavioral Intention and Behavioral Expectation. *Journal of experimental social psychology*, 21, 213-228.
- WILSON, F., KICKUL, J. et MARLINO, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 387-406.
- WORTMAN, M.S., Jr. (1987). Entrepreneurship: an integrating typology and evaluation of the empirical research in the field. *Journal of Management*, 13, 259-279.
- ZAHRA, S.A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship—an exploratory study. *Journal of business venturing*, 6, 259-285.

ZAHRA, S.A. et COVIN, J. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.

ZAHRA, S.S., NEUVAUM, D.O. et HUSE, M. (2000). Entrepreneurship in medium-size companies: exploring the effects of ownership and governance systems. *Journal of Management*, 26(5), 947-976.

ZIANI, L. et ZIANI, F. (2011). Essai d'analyse du rôle de l'assurance maladie dans le financement et la maîtrise de la consommation de médicament en Algérie. *Journées Internationales du Risque*, Institut des Risques Industriels, Assurantiels et Financiers et Centre de Recherche sur l'Intégration Economique et Financière, 26 et 27 Mai 2011, 20 pages. VILLE ET PAYS (CNIS, 2010)

## **Annexe 1 : Questionnaire de recherche**

**Hamza.kermiche@gmail.com**

**Cette enquête est réalisée dans le cadre de la préparation d'une thèse de magistère à l'Ecole Supérieure de Commerce d'Alger. Elle vise à comprendre l'impact de certaines variables psychologiques sur l'adoption d'un système de gestion moderne au sein de votre officine de pharmacie ou ce qu'on appelle "le rajeunissement organisationnel" (changement organisationnel)**

**Le changement des pratiques organisationnelles (changement organisationnel) est un changement de l'organisation interne de l'officine, autrement dit, la manière avec laquelle le pharmacien d'officine gère le stock, la trésorerie, l'équipe officinale, l'approvisionnement,...etc.**

**Nous vous prions de bien vouloir répondre le plus spontanément possible à toutes les questions suivantes. Il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse. Seul votre avis nous intéresse.**

**Nous vous garantissons que les réponses resteront strictement confidentielles et anonymes. Elles seront utilisées pour des fins académiques.**

**En vous remerciant d'avance pour votre précieuse collaboration, veuillez agréer Madame, Mademoiselle, Monsieur nos sentiments de haute considération.**

**Pharmacie :**

**Année du lancement ou de reprise :**

**Wilaya :**

**Age :**

**Sexe :**

**Situation familiale :**

**1. Quelles sont les pratiques organisationnelles que vous avez déjà adoptées ou envisagées d'adopter ?**

- Informatisation du système d'information de gestion ?
- Réaménagement de l'officine ?
- Formation de l'équipe officinale (employés) ?
- Changement des horaires de travail ?
- Contrôle et suivi de la performance financière et commerciale de l'officine ?
- Evaluation des prestations des partenaires (fournisseurs, banques, CNAS,...) ?
- Rémunération des employés en fonction de la performance individuelle ?
- Proposition d'un plan de carrières aux employés ?
- Exploitation de nouveaux créneaux (parapharmacie par exemple) ?
- Aucune pratique ?
- Autres pratiques ?

2. Veuillez évaluer la probabilité des situations suivantes durant les 5 prochaines années :

**REPONSE INDISPENSABLE**

	Très faible	Faible	Forte	Très forte
La probabilité que vous changiez les pratiques organisationnelles utilisées actuellement au sein votre officine est				
La probabilité que vous gardiez les mêmes pratiques organisationnelles actuelles est				

	Certainement les pratiques actuelles	Plutôt les pratiques actuelles	Plutôt de nouvelles pratiques	Certainement de nouvelles pratiques
Si vous devez choisir entre utiliser de nouvelles pratiques organisationnelles ou garder celles qui sont utilisées actuellement que préférez-vous ?				

3. Pensez-vous que le changement organisationnel au sein de l'officine : **REPONSE**

**INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Permet d'améliorer le niveau d'activité ?				
Offre au pharmacien la possibilité de devancer ses concurrents ?				
Est un outil pour mieux maîtriser les coûts ?				

4. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Les étapes du changement organisationnel sont très liées				
Il est très difficile de séparer les différentes étapes du changement organisationnel				
Le changement organisationnel nécessite beaucoup de temps				



5. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Je recherche le plaisir de découvrir de nouvelles techniques organisationnelles				
Le plaisir d'approfondir mes connaissances sur les différentes méthodes d'organisation de l'officine est important pour moi				
Pour moi, c'est très plaisant de découvrir de nouvelles méthodes d'organisation et de gestion de l'officine				
Je ressens un plaisir lorsque j'apprends des techniques d'organisation que je n'avais jamais essayées auparavant.				

6. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Afin de me sentir vraiment satisfait, j'ai besoin, souvent, d'une sorte de changement dans ma vie				
Le changement enrichit la vie de l'individu				
Je veux que les choses, auxquelles je suis habitué, restent telles qu'elles				
Je préfère vivre dans le même lieu durant toute la vie				

7. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Grandir aussi rapidement que possible est l'objectif le plus important de mon officine				
La croissance rapide n'est pas ce qui motive mon officine				

8. Veuillez indiquer le niveau d'importance de chaque proposition, pour vous, en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	pas du tout important	Pas important	important	très important
Améliorer la qualité du service				
Réduire le gaspillage du temps, des ressources financières et des ressources humaines				
Mieux mobiliser les ressources humaines				
Développer les compétences des employés				
Mieux satisfaire les besoins personnels				

9. Veuillez indiquer le niveau d'importance de chaque proposition, pour vous, en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	pas du tout important	Pas important	important	très important
Avoir plus de clients patients				
Améliorer l'image de l'officine aux yeux de ses clients				
Améliorer la réputation de l'officine				
Augmenter la rentabilité de l'officine				
Consolider la puissance financière de l'officine				

10. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Les experts en gestion approuvent l'idée du changement organisationnel				
Les experts en gestion encouragent le changement et la modernisation de l'organisation et des méthodes de gestion de l'officine				
Je sens une pression de la part des experts en gestion pour que je change et je rénove l'organisation et les méthodes de gestion de l'officine				
Les experts en gestion seront d'accord pour une rénovation au sein de l'officine				

11. Veuillez indiquer votre niveau de maîtrise pour chacune des tâches suivantes en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

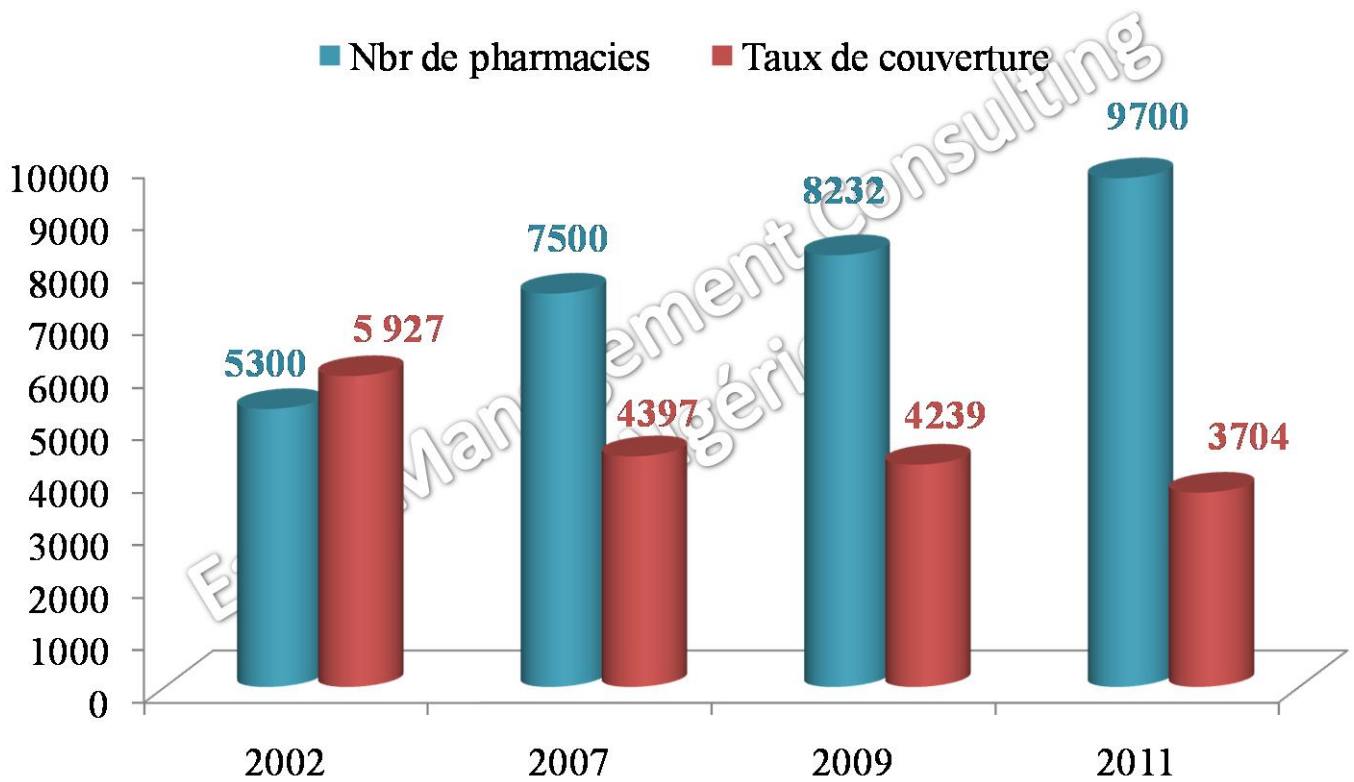
	Pas du tout capable	Pas vraiment capable	Moyennement capable	Plutôt capable	Tout à fait capable
<b>Planification du changement</b>					
Collecter les données commerciales et financières sur la situation actuelle de l'organisation					
Interpréter les données collectées					
Définir les objectifs du changement organisationnel					
Choisir les moyens d'actions					
Etablir un plan d'action					
Concevoir et élaborer les outils de contrôle et d'évaluation du changement organisationnel					
<b>Mise en œuvre du changement</b>					
Mettre en œuvre l'action de changement					
Gérer la résistance au changement des employés					
Motiver et mobiliser l'équipe officinale pour s'adapter au changement					
<b>Contrôle et évaluation du changement</b>					
Evaluer les résultats du changement organisationnel					
Prendre des mesures de correction et d'ajustement					

12. Veuillez indiquer votre niveau d'accord ou de désaccord avec chaque proposition en cochant la case correspondante : **REPONSE INDISPENSABLE**

	Pas d'accord du tout	Pas d'accord	D'accord	Complètement d'accord
Disponibilité du temps				
Il y a suffisamment de temps pour adopter de nouvelles méthodes de gestion				
L'emploi du temps actuel du pharmacien lui donne suffisamment de temps pour tenter de nouvelles idées au sein de son officine				
Accessibilité à la formation et au conseil				
Il est facile de trouver un organisme qui dispose des formations en gestion de l'officine				
Il est facile de trouver un bureau de conseil ou un organisme qui assure l'accompagnement et le conseil lors de la mise en œuvre du changement organisationnel				
Disponibilité des employés qualifiés				
Il est facile de trouver des employés compétents pour mettre en œuvre le projet de changement				
Le niveau de compétence actuelle des employés de l'officine leur permet de comprendre et d'exécuter l'action de changement facilement				

## Annexe 2

# Augmentation importante du nombre de pharmacies en Algérie



**Résumé**

Devenu l'une des pratiques les plus courantes au sein des entreprises ces dernières années, le corporate entrepreneurship reflète l'engagement de l'entreprise dans un processus de développement et de renouvellement de sa stratégie, de sa structure, de ses produits, de ses procédures internes, de son mode d'organisation ou encore de ses méthodes de gestion. Sa large propagation dans le milieu des entreprises s'explique par sa viabilité et son applicabilité pour toute entreprise quel que soit sa taille et quel que soit son type, ce qui lui a permis de s'introduire même dans le monde de la très petite entreprise (TPE), où le comportement du propriétaire/dirigeant décide de l'orientation de l'entreprise.

Par ailleurs, avant sa concrétisation, le comportement entrepreneurial du dirigeant, comme beaucoup d'autres comportements humains, passe par un processus, dont l'intention est une phase clé, comme l'indique la théorie du comportement planifié (TCP) d'Icek Ajzen (1985). D'après la même théorie, cette intention, dite entrepreneuriale, s'explique par trois catégories de variables psychosociologiques, à savoir les attitudes vis-à-vis du comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental.

En se référant à la TCP, nous avons conçu un modèle explicatif d'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes, que nous avons testé au sein d'un échantillon composé de 120 patrons d'officines algériennes. L'analyse bivariée et multivariée affirme que les perceptions de l'efficacité du rajeunissement organisationnel, la quête de nouveauté, la Quête d'efficacité organisationnelle et les perceptions de la disponibilité des employés qualifiés exercent une influence positive sur l'intention entrepreneuriale des dirigeants de TPE pharmaceutiques algériennes en expliquant ensemble 23% des variations de cette dernière.

**Mots clés**

Corporate entrepreneurship – Intention entrepreneuriale – Théorie du comportement planifié – Rajeunissement organisationnel – changement organisationnel

## Summary

Considered as the involvement of a company in the process of development and renewal of its strategy, structure, products, internal procedures, organization or management methods, the corporate entrepreneurship become one of the most frequent practices within companies in recent years. Its wide propagation in the business community is due to its viability and applicability for any company regardless of its size or its type. This gives it the access even into the environment of the very small enterprise (VSE), where behavior of the owner/manager decides of the orientation taken by the company.

Besides, the entrepreneurial behavior of the owner/manager, like many other human behaviors, goes through a process before its realization. This process is based on the intention which is the key phase, as indicated by the theory of planned behavior (TPB) developed by Icek Ajzen (1985). According to the same theory, that intention, called here entrepreneurial intention, can be explained by three categories of psychological variables which are; attitudes toward the behavior, subjective norms and perceptions of behavioral control.

By referring to the theory of planned behavior, we have designed an explicative model for entrepreneurial intention of Algerian pharmaceutical VSE' managers. This model has been tested within a sample of 120 managers of Algerian pharmacies. The bivariate and multivariate analysis argue that the perceptions of the effectiveness of organizational rejuvenation, the quest for novelty, the quest for organizational efficacy and the perceptions of the availability of qualified employees have a positive influence on entrepreneurial intentions of the Algerian pharmaceutical VSE' managers. These four variables explain together 23% of the variation of the entrepreneurial intention.

## Keywords

Corporate entrepreneurship – Entrepreneurial intention – Theory of planned behavior - Organizational rejuvenation – Organizational change

## المخلص

تعتبر المقاولاتية داخل المؤسسات واحدة من الممارسات الأكثر شيوعاً في السنوات الأخيرة حيث أنها تعكس التزام المؤسسة في عملية تطوير و تجديد إستراتيجيتها، هيكلها، منتجاتها، إجراءاتها الداخلية، تنظيمها أو أساليب إدارتها. و يعود هذا الإنتشار الواسع إلى قابليتها للتطبيق في أي مؤسسة بغض النظر عن حجمها وبغض النظر عن نوعها، هذا ما سمح لها حتى بدخول عالم المؤسسات الصغيرة جدا (TPE) ، أن نجد أنّ تصرفات المدير / المالك تقرر الاتجاه الذي تسلكه المؤسسة.

بالإضافة إلى ذلك فإنّ السلوك المقاولاتي للمدير ، مثله مثل العديد من السلوكات البشرية الأخرى، يمر بسلسلة من المراحل، و التي نجد من بينها مرحلة جد هامة، ألا و هي مرحلة القصد، كما يتضح لنا من خلال نظرية السلوك المخطط (TPB) لصاحبها Icek Ajzen (1985) . وفقاً لنفس النظرية، فإنّ القصد المقاولاتي يمكن تفسيره من خلال ثلاث فئات من المتغيرات النفسية والاجتماعية، وهي المواقف تجاه السلوك، المعايير الذاتية والتصورات تجاه السيطرة على السلوك.

بالإرتكاز على هذه النظرية، قمنا بتطوير نموذج تفسيري للقصد المقاولاتي لمدراء المؤسسات الصيدلانية الصغيرة جدا في الجزائر. ولقد أختبر هذا النموذج على عينة مكونة من 120 ملاك الصيدليات في الجزائر وأكدت نتائج التحاليل الإحصائية الثنائية و المتعددة بأن التصورات حول فعالية تجديد التنظيم الداخلي، الرغبة في إكتشاف أشياء جديدة، السعي لتحقيق الفعالية التنظيمية والتصورات حول مدى توافر الموظفين المؤهلين لها تأثير إيجابي على القصد المقاولاتي لمدراء المؤسسات الصيدلانية الصغيرة جدا في الجزائر حيث أنّ هذه العوامل تفسر معاً 23٪ من تغيرات الظاهرة المدروسة.

## المصطلحات الأساسية

المقاولاتية داخل المؤسسات - القصد المقاولاتي - نظرية السلوك المخطط - تجديد التنظيم الداخلي - تغيير التنظيم الداخلي



