

The Key Success Factors of Digital Entrepreneurship

Hamdani Jihen

Received: 9 September 2021 Accepted: 3 October 2021 Published: 15 October 2021

Abstract

Research on entrepreneurship has focused on traditional business models based on activities with a well-localized geographic existence. We have placed our problem in the field of digital entrepreneurship by studying the factors that have an impact on the creation and the success of e-businesses. This study focuses on the individual factors, the strategic factors and the factors of quality of service which motivate net entrepreneurs and contribute to the success of cyber businesses in Tunisia.

Index terms— entrepreneurship, cyberentrepreneurship, internet, e-commerce

1 Introduction

L'entrepreneuriat est un moteur de l'évolution économique et sociale des nations. Il concerne des réalités à différents niveaux et prend en considération des préoccupations et des attentes exprimées par les décideurs politiques, les participants et les entrepreneurs. Ces entrepreneurs « créent de la richesse, des emplois, sont de véritables cadeaux que la société doit accélérer de reconnaître, de valoriser et de citer en exemple » comme le souligne (Fortun .P . ??, 2002). Malgré une certaine reconnaissance de la légitimité de l'entrepreneuriat en tant que science à part entière (Saporta, 2003), la recherche dans ce domaine reste encore fragmentée, voire éclatée. D'après Danjou (2002), il n'existe pas encore une définition consensuelle pour construire une théorie générale. Via la contribution à la reconstitution et au développement de l'économie, la création de l'entreprise et l'entrepreneuriat sont connues comme étant des phénomènes vitaux pour la société.

L'entrepreneuriat occupe actuellement une place d'ordre stratégique à travers le monde et constitue un enjeu économique et social important. Ce champ demeure assez dynamique avec l'environnement et ses mutations en particulier le développement technologique et la dématérialisation de l'économie. Au fil du temps, l'information a constitué l'élément clé de développement des pratiques managériales à travers les modes de sa collecte, son traitement, sa centralisation et sa diffusion. Dès lors, l'évolution spectaculaire de l'utilisation de l'information est largement expliquée par la généralisation des technologies d'information et de communication, celles-ci ont radicalement changé notre perception du monde que nos manières d'agir. Ainsi, les spécialistes qualifient cette nouvelle ère de la nouvelle économie ou l'économie de l'information dans laquelle le savoir et l'information constituent les pierres angulaires de chaque développement et les ressources stratégiques les plus importantes.

Le développement croissant des technologies de l'information a considérablement affecté les entreprises et les marchés. Elles sont actuellement en train de changer le monde de façon plus permanente et profonde que toutes autres technologies dans l'histoire de l'humanité, ??Carrier, Raymond et Eltaief ,2004).

Une nouvelle économie où la connaissance est la ressource stratégique la plus importante, elle oblige les entreprises à revoir leurs routines traditionnelles et profiter des outils capables de créer de la valeur. Pendant ce temps, l'outil qui est actuellement le plus important dans le monde des affaires c'est l'Internet.

Ce dernier, représente une infrastructure commerciale où les gens peuvent échanger des informations à une vitesse jamais vue auparavant (Schwartz, 1997) Shalman (1999) considère que la nouvelle économie permet de favoriser les comportements entrepreneuriaux, car on assiste à « une nouvelle donnée ». Ces TI (technologies de l'information) de la nouvelle économie , à savoir : Internet, les intranets et les extranets, représentent des outils puissants qui permettent de faciliter les transactions commerciales, de minimiser les coûts relatifs à ces transactions, de construire des partenariats avec les clients, les fournisseurs ou même les concurrents quelque soit leur localisation géographique et de saisir des opportunités d'affaires. Ainsi, ces TI permettent à l'entreprise de transcender les barrières spatiales et temporelles pour établir des connections qui pourront relancer la productivité et stimuler le développement de l'innovation (O ??Brien, 1999).

Les spécialistes qualifient cette nouvelle ère de la nouvelle économie ou l'économie de l'information dans laquelle le savoir et l'information constituent les pierres angulaires de chaque développement et les ressources stratégiques les plus importantes. L'essor des nouvelles technologies de l'information et ??e Dans le champ de l'entrepreneuriat, une partie des auteurs se servent des facteurs clés de succès pour expliquer le processus de création d'entreprise afin de viser les avantages concurrentiels ainsi que la stratégie de l'entreprise. Selon le dictionnaire de gestion, le facteur clef de succès est l'avantage déterminant de la compétitivité de l'entreprise par rapport à ses concurrents. Il réside dans le rapport qualité/prix, dans le service après vente, dans l'image commerciale.

2 III.

3 Les Travaux Théoriques Portant sur les Facteurs Clés du Succès du Cyberentrepreneuriat a) La notion de FCS en entrepreneuriat

Dans le champ de l'entrepreneuriat, une partie des auteurs se servent des facteurs clés du succès pour expliquer le processus de création d'entreprise afin de viser les avantages concurrentiels ainsi que la stratégie de l'entreprise. Selon le dictionnaire de gestion, le facteur clef de succès est l'avantage déterminant de la compétitivité de l'entreprise par rapport à ses concurrents. Il réside dans le rapport qualité/prix, dans le service après vente, dans l'image commerciale.

Dans un sens un peu différent, le facteur clef de succès ne désigne que l'entreprise la plus supérieure par rapport aux autres, celle qui possède un avantage distinctif qui peut être composé de positions avantageuses sur les créneaux, des produits/services spécifiques, des systèmes de productions performants.

Selon Rockart (1979), les facteurs clés de succès peuvent servir de système d'information à des managers pour leur fournir les données les plus pertinentes en relation avec la saturation cognitive due à leurs activités.

L'identification des facteurs de succès pour une entreprise est considérée comme une étape de l'analyse stratégique ??Mayaux, 1990). D'après Porter (1980), le concept de facteur de succès soulève un intérêt certain depuis sa popularisation dans les années 1980.

Churchil et ??ewis (1983) ont identifié huit facteurs-clés de succès pour les PME. Ils ont divisé ces facteurs en deux : ceux qui concernent l'entreprise et ceux qui se rapportent aux propriétaires. ? Les facteurs qui ont trait à l'entreprise sont:

? Les ressources financières y compris la trésorerie et les possibilités d'emprunt. L'idée de facteurs clés du succès a été appliquée à la technologie de l'information comme un modèle pour le développement et l'intégration du système d'information et comme un outil pour aider les dirigeants à définir leurs besoins d'information (Rockart, 1979).

4 Global Journal of

5 Bibliographie

The Key Success Factors of Digital Entrepreneurship

D'autre part, il y a des dotcoms, Internet start-ups ou cybertraders (Commission européenne, 1997), qui ont été spécialement conçus pour fonctionner dans ce nouvel environnement. Ces entreprises sont en train de jouer un rôle important sur l'Internet. Les dotcoms sont généralement créées par des entrepreneurs sur Internet, appelé aussi cyberentrepreneurs qui créent une entreprise essentiellement fondée sur le commerce électronique et dont les principales activités sont basées sur les réseaux exploitant Internet, les Intranets et les extranets. En effet, la nouvelle forme entrepreneuriale se prouve comme un phénomène encore en phase d'émergence. Les nouvelles entreprises-Internet « e-business » comme le souligne Vézina (1999)

« poussent comme des champignons et font travailler beaucoup de personnes ».II. Une littérature Encore Peu Pléthorique Sur le Sujet

Le concept de la nouvelle économie est apparu pour la première fois en 1995 notamment à travers l'article de Business Week « new thinking about the new economy ». Cette période coïncide avec le développement L technologiques au niveau mondial. des outils informationnels

Il existe alors deux types d'entreprises oeuvrant dans cette nouvelle économie digitale. D'une part, les entreprises ayant une présence physique (sociétés traditionnelles) utilisent Internet comme un nouveau canal de distribution ou encore comme un prolongement logique de leur activité traditionnelle.

[Note: Ce concept dépasse le simple fait des start-up. Il commence à être étudié et tend vers une validation théorique et empirique de son existence.]

Figure 1:

b) Les facteurs clés du succès pour les start-up haute technologie (SUHT)

Berry et Taggart (1998) pour les entrepreneurs dans les domaines technologiques. Vohora et al. (2004) décrivent les facteurs clés du succès par rapport aux différents stades d

Ils considèrent la connaissance l'opportunité

Les chercheurs se sont processus de création (Carrier et al., 2002) et aux intéressés au facteurs clés de succès

commerce électronique, ils cherchent alors à étudier les relations entre, d'une part, les caractéristiques

entrepreneuriales (l'orientation vers la réussite, la propension de la prise de risque, le locus de contrôle, rése

©
2021
Global
Jour-
nals

Figure 2:

-
- [Carrier ()] *‘Cyberentrepreneurship: A Multiple Case Study’*, Raymond C L Carrier , Eltaief A . 2004. University of Illinois at Urbana-Champaign’s Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship
- [Rockart ()] *‘Chief Executives Define Their Own Data Needs?’*. J F Rockart . *Harvard Business Review* 1979. 57 (2) p. .
- [PorterM ()] PorterM . *‘competitive sttegy’*, 1980. The free press.
- [Vezina ()] *‘e-commerce: le future des affaires.com?’*, dans revue, R Vezina . 1999. Commerce.
- [Danjou ()] *‘L’entrepreneuriat: un champ fertile à la recherché de son unite?’*. I Danjou . *Revue Française de Gestion* 2002. 138 p. .
- [Fortin ()] *‘la culture entrepreneuriale un antidote à la pauvreté?’*, Editions Transcontinental et Fondation de l’entrepreneurship, P A Fortin . 2002. Québec.
- [Carrier and Et ()] *‘Le cyberentrepreneuriat: une étude exploratoire?’*. Raymond C Carrier , Eltaief A Et . *Revue internationale PME* 2002. 15 p. .
- [Saporta ()] *‘Préférences théoriques, choix méthodologiques et recherche française en Entrepreneuriat: un bilan provisoire des travaux entrepris depuis dix ans?’*, B Saporta . 2003. 2 p. 1. (Revue de l’Entrepreneuriat)
- [O’BrienJ A ()] *‘scientists as entrepreneurs: organizational performance in scientist-started new ventures?’*, O’BrienJ A . 1990. Boston: Kluwer Publisher.
- [Sebora ()] *‘Critical Success Factors for E-commerce Entrepreneurship: An Empirical Study of Thailand’*. A L Sebora . *Small Business and Economics* 2009. 32 (3) p. .
- [Mayaux ()] *Les facteurs de succès de la création de sociétés de service sauxentreprises*, F Mayaux . 1990. (cahiersLyonnais de recherche en gestion)
- [Oakey ()] R P Oakey . *‘High-technology New Firms: Variable Barriers to Growth?’*, (Paul Chapman, London) 1995.
- [Schwartz ()] P Schwartz . *‘Internet Privacy and the State?’*, 1997.
- [Shalman ()] W A Shalman . *‘the new economy is stronger than you think?’*, 1999. p. .
- [Vohora and Et Lockett ()] Wright A Vohora , A Et Lockett . *‘Critical junctures in the development in university high-tech spinout companies?’*, *Research policy*, 2004. 33 p. .