TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE iii

LISTE DES TABLEAUX viii

LISTE DES FIGURES ix

REMERCIEMENTS x

INTRODUCTION 11

CHAPITRE I : PROBLÉMATIQUE 14

1.1. Identification du problème 14

1.1.1 L'entrepreneuriat au Québec 14

1.1.2 Problématique managériale 15

1.2. L'objectif général de la recherche 20

1.3 Intérêt de la recherche 20

1.3.1 Sur le plan managérial 20

1.3.2 Sur le plan académique 21

CHAPITRE 2 : LA REVUE DE LA LITTÉRATURE 22

2.1. Le concept de l'intention 22

2.2. L'intention entrepreneuriale 23

2.3. Les principaux modèles explicatifs de l'intention 23

2.3.1 Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) 23

1. La désirabilité perçue 24

2. La faisabilité perçue 25

2.3.2 La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) 25

La figure 2 : Théorie du comportement planifié Ajzen (1991) 26

1 L'attitude personnelle 26

2 Les normes sociales perçues 26

3 Le contrôle comportemental perçu 27

2.3.2.1 Les éléments influençant chacune de ces trois variables 27

2.3.2.2 L'intention entrepreneuriale selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) 29

2.4. La théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002) 31

2.4.1 Les principales composantes de la théorie de Lent et al. (2002) 32

2.4.1.1 L'apport individuel 32
2.4.1.2 L'environnement de l'individu 34
2.4.1.3 L'auto-efficacité 35
1. Le concept d'auto-efficacité 35
2. Les sources du sentiment d'auto-efficacité 36
Les expériences actives de maîtrise (expérience personnelle) 36
Les expériences vicariantes 37
La persuasion verbale 37
Les états physiologiques et émotionnels 38
3. L'auto-efficacité et le choix de la carrière 38
4. L'auto-efficacité et l'intention d'entreprendre 39
5. L'auto-efficacité et la motivation 40
2.4.1.4 La théorie de résultats attendus de Vroom (1964) 40
1. Le concept des résultats attendus 41
2. Les éléments clés de la motivation selon la théorie de Vroom (1964) 41
2.1. L'expectation 42
2.2 L'instrumentalité 42
2.3. La valence 43
3. La théorie des résultats attendus dans le contexte d'entrepreneuriat 44
2.5. Liens entre les principaux modèles explicatifs de l'intention comportementale 47
2.6. La motivation 49
2.6.1 Les motivations entrepreneuriales 50
2.6.2 Les catégories des motivations entrepreneuriales 50
2.6.2.1 Avoir les récompenses extrinsèques 51
2.6.2.2 L'indépendance 51
2.6.2.3 Récompenses intrinsèques 52
2.6.2.4 Sécurité de la famille 52
2.6.3 Les motivations entrepreneuriales en milieu universitaire 53
2.7. Les hypothèses de recherche 55
2.7.1. Relation entre l'intention entrepreneuriale et l'auto-efficacité ainsi que les résultats attendus (Vroom, 1964) 55
2.7.2. Relation entre la fixation de buts à l'égard d'une carrière et l'auto-efficacité ainsi que les résultats attendus (Vroom, 1964) 57

2.8. Le modèle conceptuel 59
CHAPITRE III : MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE 60
3.1. La population ciblée 60
3. 2. L'échantillonnage 61
3. 3. La stratégie de recherche 62
3. 4. Les instruments de mesure 63
3.4.1. Les variables dépendantes 63
3.4.1.1 L'intention d'entreprendre 63
3.4.1.2 Les buts entrepreneuriaux 65
3. 4. 2. Les variables indépendantes 67
3.4.2.1 Les résultats attendus 67
3.4.2.2 L'expectation entrepreneuriale (EE) ou auto-efficacité entrepreneuriale (ESE) 69
3.4.3 Les variables de contrôle 72
3.5. Méthodes d'analyses tests statistiques 73
CHAPITRE 4: LA PRÉSENTATION DES RÉSULTATS 74
4.1 Analyse corrélationnelle 74
4.2 Analyse de Régression 78
4.2.1 Les composantes de chaque modèle 78
4.2.2 Régression hiérarchique de l'intention entrepreneuriale 79
4.2.3 Régression hiérarchique de la fixation des buts entrepreneuriaux 83
CHAPITRE 5 : DISCUSSION 87
5.1 Interprétation des résultats de la recherche 87
5.1.1 Retour sur les caractéristiques sociodémographiques (variables de contrôle) 87
5.1.2 Retour sur les hypothèses de recherche 89
5.2 Les limites de la recherche 96
5.3 Propositions pour d'éventuelles recherches futures 98
CONCLUSION 99
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 102

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1- Les motivations entrepreneuriales PULL et PUSH en milieu universitaire.....54

Tableau 2 - La population totale étudiée.....61

Tableau 3 - Mesure de l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires (IE).....64

Tableau 4 - Mesure des buts entrepreneuriaux (BE) des étudiants universitaires.....66

Tableau5 - Mesure de l'instrumentalité entrepreneuriale (IE) des étudiants universitaires.....67

Tableau 6 - Mesure de la valence entrepreneuriale (VE) des étudiants universitaires.....68

Tableau7 - Mesure de l'expectation entrepreneuriale (EE) ou Auto-efficacité entrepreneuriale (ESE) des étudiants universitaires en (5 sous-composantes).....70

Tableau 8 - Mesures utilisées pour opérationnaliser les variables Profil sociodémographique...72

Tableau 9 - Mesure de l'exposition préalable à une entreprise familiale.....72

Tableau 10 - Moyenne, Écart type et corrélation des variables.....77

Tableau 11 - Régression hiérarchique de l'intention entrepreneuriale.....79

Tableau 12 - Régression hiérarchique de buts entrepreneuriaux.....83

LISTE DES FIGURES

Figure 1 - Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).....24

Figure 2 - La théorie du comportement planifié Ajzen (1991).....26

Figure 3 - La théorie sociocognitive de carrière de Lent et al. (2002).....31

Figure 4 - Les sources du sentiment d'auto-efficacité.....36

Figure 5 - Modèle conceptuel de recherché.....59

REMERCIEMENTS

Au terme de ce travail, il nous tient à cœur d'exprimer nos reconnaissances, et notre profonde gratitude à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réussite de ce travail.

Nous pensons en premier lieu au Dieu le Tout puissant pour sa protection et sa bienfaisance envers nous au cours de nos études.

Je tiens à exprimer mes sincères remerciements à mon directeur, Étienne St-Jean, qui a accepté de diriger ce mémoire. Ses précieux conseils, sa rigueur scientifique, sa disponibilité, son écoute et ses critiques toujours constructives ont été d'une grande utilité et ont contribué grandement à la réalisation de ce mémoire.

Que trouvent ici nos vifs et sincères remerciements tout le corps professoral qui, malgré les exigences professionnelles habituelles, n'a ménagé aucun effort pour nous munir d'un bagage intellectuel d'une certaine importance en matière de Gestion des PME.

J'exprime également ma profonde reconnaissance à la famille Espérance MUKAKALISA et Jean Paul NDORERAHO pour son soutien inconditionnel. Que Dieu vous arrose de ses grâces !

Nous ne pouvons pas terminer cette liste sans remercier nos camarades de promotion avec qui on était ensemble.

Enfin, que tous ceux qui ont contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce travail, spécialement ma famille et mes amis, trouvent ici l'expression de notre profonde et éternelle gratitude pour leurs soutiens et encouragement durant ce séjour au Québec.

Je dédie ce mémoire à mes parents : Zablon NDORERAHO et Rosemary KARURENZI ; mes frères : Jean Marie NDORERAHO, Jean Pierre NDORERAHO, Jean Paul NDORERAHO et Jean Luc NDORERAHO; mes belles sœurs : Pauline NYIRABIZIMANA, Espérance MUKAKALISA et Sarah UMUTONI; ma nièce Anaïs Shima NDORERAHO et mes neveux : Ian Hirwa NDORERAHO, Théo-Shema NDORERAHO, Andy-Ganza NDORERAHO. Que Dieu vous bénisse !

INTRODUCTION

Dans le monde actuel, l'apport de l'entrepreneuriat dans le développement économique est incontestable : il contribue à la diversification économique et à l'accélération de la productivité; ce qui favorise le dynamisme économique (Acs et Szerb, 2007; Carree, 2002). L'entrepreneuriat est donc un vecteur de la croissance économique dans les pays industrialisés (Wennekers et al., 2005).

Plusieurs recherches ont été faites en vue de déterminer l'impact de l'activité entrepreneuriale sur la croissance économique (Acs, Fitzroy et Smith, 2002; Audretsch, Thurik, Verheul et al., 2002; Callejon, Maria et Segarra, 2000; Carree et Thurik, 1999; Foelster et Stefan, 2000; Robbins, Pantuosco, Parker et al., 2000; Thurik, 1996). Les résultats obtenus ont montré que le niveau de l'activité entrepreneuriale est positivement lié au taux de croissance économique. Par la création d'entreprises (PME), les entrepreneurs favorisent la concurrence sur le marché (Aghion et Howitt, 1997). D'ailleurs, la concurrence est l'un des facteurs les plus pertinents qui lient l'entrepreneuriat à la croissance économique (Carree et Thurik, 2003), car elle a un effet positif sur le taux d'augmentation de la productivité totale (Geroski, 1989; Glaeser, Kallal, Scheinkman et al., 1992; Lever et Nieuwenhuijsen, 1999; Nickell, 1996; Nickell, Nicolitsas et Dryden, 1997). Les entrepreneurs jouent aussi un rôle important dans la création d'emplois, ce qui contribue à la diminution du chômage (Gaudreault et Hébert, 2013) et de la pauvreté (Fortin, 2002).

De plus, l'entrepreneuriat concourt à la promotion de l'innovation (Janssen, 2009). La flexibilité de la structure organisationnelle des PME favorise une réaction rapide face aux demandes du marché (Carree et Thurik, 2003), le développement ainsi que l'émergence des nouvelles idées (Julien, 2005). Cela explique la raison pour laquelle la plupart des innovations sont développées au sein des celles-ci (Acs et Audretsch, 1990; Audretsch, 1995). D'ailleurs, la contribution clé de l'entrepreneuriat à la croissance économique pourrait être l'innovation (produits, services, processus, etc.) qu'elle apporte sur le marché (Carree et Thurik, 2003). En outre, nous constatons que l'entrepreneuriat joue un rôle important dans l'évolution technologique qui, à son tour, a permis l'accélération de la croissance économique (Acs et Audretsch, 1989).

Rapport-Gratuit.com

Cela nous laisse penser que pour développer son économie, le Québec devra compter sur l'entrepreneuriat de ses citoyens. De ce fait, le gouvernement québécois devrait continuer à soutenir les PME existantes. Il devrait surtout éveiller la population québécoise en général, et les jeunes en particulier, afin que ceux qui sont les mieux disposés optent pour une carrière entrepreneuriale. Toutefois, ceux-ci doivent tout d'abord développer l'intention entrepreneuriale, car l'action humaine, particulièrement celle impliquant un changement important, est précédée par l'intention (Ajzen, 1991). De plus, vu que la motivation influence les actions du futur entrepreneur, en l'occurrence celles visant la création d'entreprises (Janssen, 2009), cela nous laisse croire qu'il existe une relation entre la motivation à entreprendre et l'intention entrepreneuriale, comme certains chercheurs l'ont déjà démontré (Segal, Borgia et Schoenfeld, 2005).

Dans la présente recherche, nous souhaitons explorer cette relation plus en profondeur. Afin d'y arriver, nous avons choisi d'analyser la relation entre les éléments composant la motivation à entreprendre et l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. Cette démarche nous permettra de mieux décortiquer celle-ci, ce qui sera une contribution majeure dans l'avancement des connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat. Pour mieux étudier cette relation, notre analyse se fera à l'aide de la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al. (2002) qui est explicite quant aux rôles des composants de la motivation (valence, instrumentalité et expectation) dans le choix de carrière. De plus, à partir de ces éléments, nous essayerons de tester une nouvelle manière de mesurer la motivation à entreprendre qui pourrait être plus efficace, ce qui nous permettra aussi de voir ses relations avec l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux. La TSC est utile pour comprendre le passage de la motivation à l'intention, de celle-ci à l'action et finalement la rétention de la carrière, d'où l'intérêt à la mobiliser.

Nous exposerons tour à tour la problématique de la recherche, son cadre théorique, sa méthodologie, ses résultats ainsi que les conclusions qui en découlent. Le premier chapitre présente la problématique de notre étude, dont l'intérêt de la recherche, l'identification du problème et l'importance de la recherche ou la pertinence du sujet. Ensuite, le deuxième chapitre constitue le cadre théorique. Nous nous baserons sur différents écrits scientifiques et surtout sur la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al. (2002), la théorie d'Ajzen (1991) et la théorie de Vroom (1964).

Ensuite nous présenterons le cadre conceptuel et les hypothèses de recherche. Le troisième chapitre est réservé à la présentation de la méthodologie utilisée pour mener cette recherche auprès d'étudiants universitaires québécois sur la question de l'intention. Le quatrième chapitre est consacré à l'analyse des données collectées.

Le cinquième chapitre est la discussion des résultats. Nous y décrirons aussi les limites de notre recherche, les perspectives de celles à venir et nos recommandations.

À la fin, il y aura la conclusion générale de cette étude.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

CHAPITRE I : PROBLÉMATIQUE

1.1. Identification du problème

1.1.1 L'entrepreneuriat au Québec

Compte tenu du rôle indéniable de l'entrepreneuriat dans le développement économique, tel qu'évoqué précédemment, le Québec n'a pas hésité à emprunter le même chemin que les pays industrialisés pour développer et soutenir son économie en s'y appuyant. Dès 1987, le nombre d'entrepreneurs au Québec n'a cessé d'augmenter jusqu'à atteindre le sommet avec 198 000 entrepreneurs en 1991 (Cossette et Mélançon, 2010). Néanmoins, au moment où le nombre d'entrepreneurs de 45 ans et plus augmentait, celui de moins de 45 ans diminuait en grande proportion; ainsi, le nombre total d'entrepreneurs a chuté jusqu'à atteindre 180 800 en 2008 au Québec (Cossette et Mélançon, 2010). En outre, durant toute cette période (1991-2008), le taux des entrepreneurs âgés de 15 ans à 64 ans, propriétaires d'une entreprise avec au moins un employé salarié, était légèrement inférieur à celui du Canada anglais, soit 7% au Québec contre 9% dans le reste du Canada (St-Jean et Tremblay, 2014). D'après l'enquête sur l'évolution de l'entrepreneuriat au Québec, la situation ne s'est pas améliorée : sur une période de 2 ans (de 2008 à 2010), le Québec a perdu plusieurs entrepreneurs par rapport à l'Ontario et à la moyenne de l'ensemble du Canada (Cossette et Mélançon, 2010). Selon les prévisions faites par les auteurs de cette enquête, c'est toujours au Québec que les entrepreneurs actuels vont se retirer de l'entrepreneuriat dans une plus grande proportion que ceux des autres provinces sur les huit prochaines années (2010-2018) et peu d'entrepreneurs s'ajouteront à ceux qui en font déjà au Québec.

Actuellement, seulement 5,5% des Québécois sont des entrepreneurs naissants[1] contre 8,4 % dans le reste du Canada; alors que la proportion de nouveaux entrepreneurs[2] est 4,4% de la population québécoise contre 4,7% dans le reste du Canada (St-Jean et Tremblay, 2014). En outre, 64,6% des Québécois manifestent de l'estime pour les entrepreneurs à succès contre 71,8 % dans le reste du Canada (St-Jean et Tremblay, 2014).

[1]Un individu qui a démarré une entreprise et versé jusqu'à 3 mois de salaires (St-Jean et Tremblay, 2014)
[2] Un individu qui a démarré une entreprise et versé entre 4 et 42 mois de salaires (St-Jean et Tremblay, 2014)

Cela montre que la population québécoise, particulièrement les jeunes, s'intéresse moins à l'entrepreneuriat par rapport à ceux du Canada anglais. D'où la nécessité d'implanter des mesures appropriées en vue de changer cette mentalité.

1.1.2 Problématique managériale

Malgré les données, sur l'entrepreneuriat, démontrant que le Québec reste moins dynamique par rapport au reste du Canada, toutefois, nous constatons qu'il possède quelques points forts. Par exemple, 78,1% des Québécois considèrent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière alors qu'il s'agit seulement 55,1% dans le reste du Canada (St-Jean et Tremblay, 2014). De plus, les données récentes montrent que 28,1 % des Québécois ont été informés de l'entrepreneuriat à l'école contre 21,3 % dans le reste du Canada; 38,5 % des jeunes Québécois, âgés entre 18 et 34 ans, ont aussi reçu l'information concernant l'entrepreneuriat comme possibilité de carrière à l'école contre 35,3 % dans les autres provinces canadiennes (Proulx, 2012). Cela nous révèle que le milieu scolaire au Québec est mieux utilisé par rapport au reste du Canada et qu'il constituerait un endroit propice pour parler et éveiller les jeunes à l'entrepreneuriat.

Une partie de ces jeunes Québécois, qui fréquentent le milieu scolaire, est composée par les étudiants universitaires. Ces derniers constituent une partie de la population la plus susceptible de combler le déficit attendu des entrepreneurs. D'abord, pour de nombreuses personnes, les études universitaires sont terminales et mènent, par la suite, au marché du travail. À la fin de leurs études, ceux-ci font alors face à l'un des choix importants de leur vie: il y a ceux qui se mettent à la recherche d'un emploi salarié et ceux qui se mettent à identifier une opportunité d'affaires et ainsi, accéder à l'entrepreneuriat comme choix de carrière, c'est-à-dire devenir des entrepreneurs. La façon dont chaque étudiant universitaire va entamer la carrière entrepreneuriale sera en fonction de ses choix précédents, notamment en termes de formation, d'expériences et d'intérêts développés, ainsi que de l'étape où il se situe dans sa vie, les options qu'il va considérer pour accéder à la carrière entrepreneuriale seront différentes (Harvey et Evans, 1995).

Toutefois, pour que cela se matérialise, les étudiants universitaires doivent tout d'abord développer l'intention d'entreprendre et passer à l'action. L'intention est définie comme « un dessein délibéré d'accomplir tel ou tel acte; une volonté » (Le Petit Larousse illustré, 2013) p.585. D'après la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), l'intention détermine l'action. Autrement dit, à moins que cela ne soit occasionnel ou imprévu, s'il n'y a pas d'intention, il n'y aura pas d'exécution du comportement, car cela demande une planification (Ajzen, 1991). En outre, selon la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al. (2002), l'auto-efficacité et les résultats attendus sont susceptibles de faire à ce que l'individu développe l'intention de faire certaines activités ou carrières, tout en se fixant des buts, de passer à l'action et de rechercher la performance.

Les données récentes d'une enquête sur la situation de l'activité entrepreneuriale au Québec montrent que seulement 15,6 % des Québécois ont l'intention d'entreprendre contre 17,5 % dans le reste du Canada (St-Jean et Tremblay, 2014). Nous constatons qu'en général, l'intention entrepreneuriale est moins développée au Québec par rapport au reste du Canada. Plusieurs recherches ont été faites dans le but d'expliquer l'intention d'entrepreneuriale p. ex : (Carr et Sequeira, 2007; Emin, 2004; Krueger et Brazeal, 1994; Krueger et Dickson, 1994; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000; Van Gelderen, Brand, Van Praag et al., 2008) notamment auprès d'étudiants universitaires (Audet, 2004; Boissin, Chollet et Emin, 2009; Boudabbous, 2011; Davidsson, 1995; Edmilson, Almeida-Lopes, Jorge-Nassif et al., 2012; Emin, 2004; Moreau, 2006; Simon, 2010). Ces recherches se sont basées en particulier sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen, (1991).

D'après la théorie d'Ajzen (1991), l'intention est influencée par trois grands facteurs, à savoir :

1. l'attitude personnelle à l'égard du comportement concerné, c'est-à-dire, le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'un individu a en rapport avec le comportement en question;
2. la perception des normes sociales, c'est-à-dire, la perception personnelle de ce que la société, ou des gens importants pour l'individu pensent à la réalisation ou non du comportement en question; et

3. le contrôle comportemental perçu sur la situation, c'est-à-dire, la perception de l'individu de la facilité ou la difficulté à développer un comportement en question.

Les deux premiers facteurs de la théorie d'Ajzen (1991), l'attitude personnelle et les normes sociales perçues, correspondent au facteur intitulé « désirabilité perçue » du modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), car tous font référence au degré d'attrait qu'un individu perçoit pour un comportement donné. Le contrôle comportemental perçu de la théorie d'Ajzen (1991) correspond au facteur de « faisabilité perçue » du modèle de Shapero et Sokol (1982) puisque les deux font référence au degré avec lequel l'individu croit en ses capacités pour mener à bien l'action (Emin, 2004).

Si la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) semble utile pour comprendre comment se développe l'intention d'entreprendre, elle devient rapidement incomplète, car il manque un autre facteur important qui pourrait agir directement comme antécédent à l'intention d'entreprendre; en l'occurrence le facteur « motivation ». En effet, étant donné que tout comportement humain résulterait d'une motivation (Dolan et Morin, 1996), l'entrepreneuriat faisant partie d'actions humaines, serait aussi le résultat de celle-ci (Shane, Locke et Collins, 2003). D'ailleurs, les motivations entrepreneuriales influencent les actions de l'individu, en l'occurrence celles visant la création d'entreprises (Robichaud et McGraw, 2008).

La motivation est définie comme « un ensemble des motifs (raisons) qui expliquent un acte; justification » (Le Grand Larousse illustré, 2015) p. 758. Par analogie, nous pouvons dire que les motivations entrepreneuriales sont toutes ces raisons qui expliquent les décisions des gens d'accéder à la carrière entrepreneuriale. De même, la motivation toujours grandissante pourrait se transformer en une intention entrepreneuriale et ainsi faciliter le passage à l'action (Collins, Hanges et Locke, 2004). Les motivations entrepreneuriales jouent un rôle important dans le choix et le succès de la carrière entrepreneuriale (Collins et al., 2004; Smith et Miner, 1985). En outre, selon certains, ces dernières sont essentielles pour comprendre l'entrepreneur (Janssen, 2009). C'est pourquoi le développement d'une théorie de l'entrepreneuriat exigerait aussi la considération des motivations de gens qui prennent des décisions d'entreprendre (Shane et al., 2003). En d'autres mots, une étude de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires devrait aussi inclure la motivation à l'égard de la carrière entrepreneuriale, c'est-à-dire la considération de tout ce qui pourrait inciter un individu à entreprendre et non reporter à plus tard.

Il s'agit pourtant d'un concept écarté par la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).

Les motivations entrepreneuriales ont été explorées sous différents angles, mais sans tenir compte de résultats attendus (Adeyemi et Adeoti, 2006; Carsrud, 2011; Robichaud et McGraw, 2008; Segal et al., 2005; Shane et al., 2003). Les recherches ont permis de ressortir différents éléments pouvant expliquer les motivations individuelles (Benzing, Chu et Kara, 2009; Carter, Gartner, Shaver et al., 2003; Edelman, Brush, Manolova et al., 2010; Kuratko, Hornsby et Naffziger, 1997; Robichaud et McGraw, 2008). De plus, nous remarquons que les recherches se focalisaient presque exclusivement sur les motivations des entrepreneurs toujours en affaires et non sur ceux qui envisagent de s'y lancer; alors que leurs motivations à ce moment précis pourraient être différentes de celles qu'ils avaient tout au début du processus de création d'entreprises (biais du survivant) (Benzing et Chu, 2009; Holland et Garrett, 2013; Morales-Gualdrón, Gutiérrez-Gracia et Dobón, 2008; Stefanovića, Rankovićb et Prokićc, 2011; Zimmerman et Chu, 2013). En d'autres mots, les recherches n'ont pas tenu compte du facteur temps ou de l'étape sur laquelle arrivait le processus entrepreneurial, alors que les motivations entrepreneuriales en amont du processus pourraient évoluer durant le temps.

D'autres auteurs ont pu catégoriser les entrepreneurs selon certaines de leurs motivations (les typologies d'entrepreneurs) (Carland, Hoy, Boulton et al., 1984; Julien et Marchesnay, 1996; Lafuente et Salas, 1989; Laufer, 1975; Miles et Snow, 1978; Risker, 1998; Smith, 1967; Smith et Miner, 1983; Vesper, 1980). Toutefois, nous constatons que ces typologies font abstraction de composantes de la motivation (valence, instrumentalité et expectation). Dans tous ces cas, la démarche utilisée permet davantage de décrire une réalité (c'est-à-dire les facteurs de motivation des entrepreneurs) plutôt que de l'expliquer.

Tout cela fait qu'actuellement, on connaît un peu mieux les raisons qui poussent un individu à démarrer une entreprise ou à demeurer entrepreneur, mais on n'est toujours pas en mesure d'expliquer en détail comment la motivation se développe, influence l'intention d'entreprendre et mène à la création d'une entreprise. À cet égard, la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al. (2002) pourrait recadrer les recherches sur la motivation des entrepreneurs et permettre une analyse plus fine de ses composantes.

Des plus, l'entrepreneuriat est considéré par certains comme un choix de carrière (Dyer, 1994; Sinclair, 2008). Cependant, bien peu de recherches se sont attardées à comprendre la carrière entrepreneuriale à l'aide des théories expliquant le choix de la carrière. La théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al. (2002) pourrait être fort utile pour comprendre le passage de l'intention à l'action et même la rétention à la carrière. Cette théorie n'entre pas en contradiction avec d'autres théories prédictives de l'intention telle qu'évoquée précédemment, mais vient les compléter. La TSC de Lent et al. (2002) est plus explicite quant à l'apport de la motivation (résultats attendus) en tant qu'antécédent de l'intention et elle précise l'importance de la motivation pour expliquer les choix de carrière.

La motivation, selon Vroom (1964), est un processus contrôlé par l'individu dans lequel il fait volontairement un choix parmi différentes formes d'alternatives. D'après cette théorie, l'individu est plus motivé d'agir ou d'opérer ses choix en se basant sur son évaluation de la façon dont les résultats attendus, suite à l'exécution d'un comportement, pourraient correspondre avec les résultats désirés. Les résultats attendus concernent l'instrumentalité (c'est-à-dire les attentes que mes actions produisent les résultats souhaités) et la valence (c'est-à-dire la valeur accordée à ces résultats), deux éléments centraux de la théorie de la motivation de Vroom (1964).

Les résultats de l'étude faite par (Schlaegel et Koenig, 2014), démontrent que les modèles qui prédisent l'intention entrepreneuriale se complètent et doivent être intégrés; ce qui fournit un pouvoir explicatif supplémentaire et une compréhension plus complète du processus auquel l'intention entrepreneuriale se développe. D'où l'importance et la particularité de la TSC. Celle-ci est peu testée en entrepreneuriat alors qu'elle pourrait être très pertinente et plus complète. Adaptée à l'entrepreneuriat, la TSC pourrait ouvrir de nouvelles perspectives pour comprendre comment se développe le choix de l'entrepreneuriat en tant que carrière.

1.2. L'objectif général de la recherche

L'objectif général de cette recherche est d'analyser la relation entre les éléments composant la motivation à entreprendre et l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. Nous verrons si la considération des résultats attendus (motivation) augmenterait significativement l'explication de l'intention d'entreprendre. De manière plus spécifique, il est question de proposer un outil de mesure de la motivation à entreprendre qui tient compte de la théorie de la motivation de Vroom (1964), c'est-à-dire la valence et l'instrumentalité, sans oublier l'expectation (mesurée via l'auto-efficacité entrepreneuriale) dans l'équation.

Cet outil sera utilisé, dans un deuxième temps, pour voir ses relations avec l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux.

1.3 Intérêt de la recherche

1.3.1 Sur le plan managérial

Le gouvernement québécois et les organismes de soutien à l'entrepreneuriat seront intéressés à mieux comprendre les éléments qui permettent d'expliquer plus clairement le développement de l'intention d'entreprendre de la population québécoise en général, et des étudiants universitaires en particulier, et éventuellement, leur passage à l'action.

Une meilleure connaissance de la motivation ainsi que sa relation avec l'intention d'entreprendre permettra de recadrer, d'améliorer la formation universitaire en entrepreneuriat et d'élaborer des stratégies d'accompagnement mieux adaptées aux étudiants universitaires. Les meilleurs programmes qui visent à soutenir et à promouvoir l'entrepreneuriat au sein des universités auront comme résultat le développement de la valence entrepreneuriale, de l'instrumentalité entrepreneuriale et de l'expectation entrepreneuriale des étudiants en général et surtout chez ceux qui envisagent accéder à la carrière entrepreneuriale. Cela aura un impact positif sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.

De plus, faire le réseautage avec les mentors et les entrepreneurs ainsi que l'organisation des activités de formation en entrepreneuriat pourraient favoriser le développement de la motivation des étudiants universitaires à l'égard de la carrière entrepreneuriale, ce qui pourrait aussi avoir un impact positif sur l'intention d'entreprendre ainsi que sur le passage à l'action. Sans une conceptualisation adéquate de la motivation, ces investigations sont vaines.

1.3.2 Sur le plan académique

Cette étude permettra de proposer un nouvel outil de mesure de la motivation à entreprendre mieux adapté, tenant compte de la valence, de l'instrumentalité et de l'expectation. Nous ferons une démonstration de la pertinence de la composante « résultats attendus » pour la littérature en entrepreneuriat (arguments théoriques et empiriques) et la proposition d'une mesure validée.

De plus, ce nouvel outil de mesure pourrait être utilisé dans les recherches futures, dans l'amélioration des connaissances au niveau du domaine de l'entrepreneuriat (motivation d'entreprendre et intention d'entreprendre) ainsi que dans le traitement et l'analyse des données nécessaires sur lesquelles le gouvernement québécois et les organismes de soutien à l'entrepreneuriat pourraient se baser pour planifier et décider dans le secteur de l'entrepreneuriat.

Rapport-Gratuit.com

CHAPITRE 2 : LA REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans ce travail, l'idée centrale est de comprendre l'intention et l'influence des variables psychologiques et socioculturelles sur l'intention entrepreneuriale. À cet effet, nous nous proposons de revisiter la littérature sur une étape du processus entrepreneurial relevant d'une approche axée sur les dimensions sociales de l'entrepreneuriat de Shapero et Sokol (1982) et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). Nous nous intéresserons à la relation existant entre les éléments composants la motivation à entreprendre et l'intention de partir en affaires. Premièrement, nous aborderons l'approche générale de la notion d'intention, deuxièmement nous verrons l'intention entrepreneuriale; troisièmement, nous discuterons plus spécifiquement des principaux modèles explicatifs de l'intention comportementale à savoir le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991); quatrièmement, nous nous consacrerons sur la Théorie Sociocognitive de la Carrière (TSC) de Lent et al. (2002); cinquièmement, nous démontrerons le lien existant entre ces trois théories; sixièmement, nous parlerons des motivations entrepreneuriales; septièmement, nous présenterons les hypothèses et le cadre conceptuel de notre recherche.

2.1. Le concept de l'intention

Comme nous l'avons vu précédemment, l'intention est définie comme « un dessein délibéré d'accomplir tel ou tel acte; une volonté » (Le Petit Larousse illustré, 2013) p.585. D'après cette définition, l'intention d'un individu de se comporter d'une certaine façon serait un grand déterminant de l'acte concerné. La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) indique que l'intention comportementale précède l'action. Selon cette théorie, une règle générale serait que plus l'intention comportementale est forte, plus il y aura une préparation en vue d'exécuter avec succès le comportement en question. La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) a été développée dans le but de mieux comprendre et de prédire le comportement humain (Emin, 2004). Dans la partie suivante, nous allons parler de l'intention entrepreneuriale.

2.2. L'intention entrepreneuriale

L'entrepreneuriat est un processus (Timmons et Spinelli, 2009). Celui-ci est constitué par plusieurs étapes à savoir : la reconnaissance d'une opportunité entrepreneuriale, le développement d'une idée, l'évaluation de la faisabilité de cette activité, la recherche du capital humain et les ressources financières nécessaires pour le travail, le développement du produit ou service qui sera fourni aux clients; faire le design de l'entreprise, la recherche de clients, etc. (Aldrich et Martinez, 2001; Carter, Gartner et Reynolds, 1996; Shane et al., 2003). Cela implique que, même si parfois l'opportunité peut se présenter avant que l'individu ait l'intention entrepreneuriale et que celui-ci pourrait immédiatement accéder à la carrière entrepreneuriale (Sarasvathy, 2008), pour mieux faire toutes ces activités ci-haut mentionnées, il est généralement nécessaire d'avoir une planification efficace; ce qui suppose une intention préalable à l'action (Bird, 1988; Katz et Gartner, 1988). Cela nous laisse croire que l'entrepreneuriat pourrait être aussi un processus intentionnel; et d'ailleurs, le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) propose que l'intention entrepreneuriale précède directement le comportement entrepreneurial. Dans les paragraphes qui suivent, nous discuterons en détail du modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et la façon dont chacune présente l'intention entrepreneuriale.

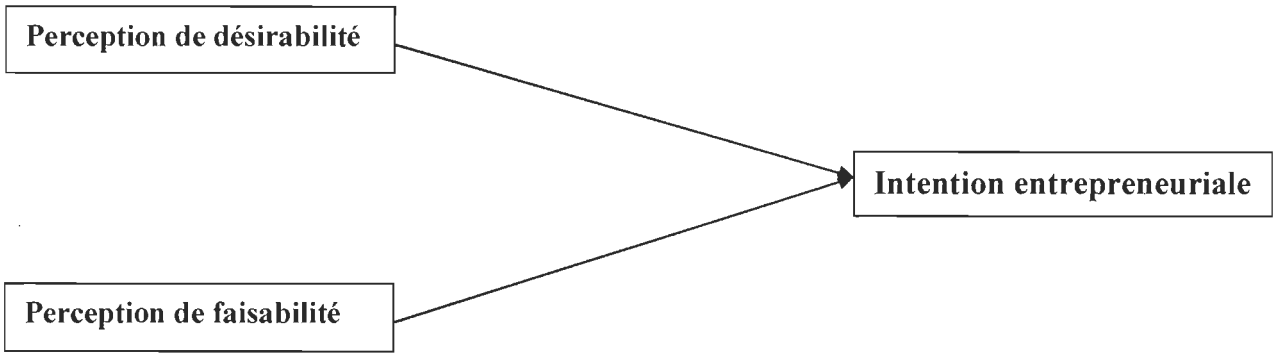
2.3. Les principaux modèles explicatifs de l'intention

2.3.1 Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)

Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) a comme but de faire connaître les facteurs qui expliquent le choix de l'entrepreneuriat au lieu d'une autre activité ou profession (Emin, 2004). Ils suggèrent que l'intention entrepreneuriale d'un individu prédit fortement le comportement entrepreneurial. Celle-ci dérive de deux éléments : (1) la perception de désirabilité et (2) la perception de faisabilité. La figure ci-après illustre le modèle de l'évènement entrepreneurial développé par Shapero et Sokol (1982).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Figure. 1. Le Modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)



Source : Shapero et Sokol (1982)

Même si chacun de ces éléments a un statut particulier, il semble certain que c'est leur combinaison qui explique le chemin suivi par l'individu vers un comportement et en l'occurrence, vers la carrière entrepreneuriale (Wang, Lu et Millington, 2011). Les perceptions de caractère désirable et de faisabilité sont les produits de l'expérience et permettent de déterminer, à travers l'intention, l'action à considérer et à entreprendre par la suite (Krueger, 1993; Krueger et Brazeal, 1994).

1. La désirabilité perçue

La variable « désirabilité perçue » caractérise « le degré d'attrait qu'un individu perçoit pour un comportement entrepreneurial; il reflète son affection pour l'acte d'entreprendre » (traduction libre) (Krueger, 1993). La désirabilité perçue traduit le degré avec lequel l'engagement dans une création d'entreprises est un comportement souhaitable par un individu (Shapero et Sokol, 1982).

La variable « désirabilité » de l'acte d'entreprendre du modèle de Shapero et Sokol (1982) regroupe les deux premières variables d'Ajzen (1991) à savoir : l'attitude personnelle et les normes subjectives, car toutes les deux ont un effet sur le désir d'agir.

2. La faisabilité perçue

La variable « faisabilité perçue» de l'acte est « une mesure de la perception de la facilité ou de la difficulté qu'un individu pense rencontrer lors du processus créatif » (traduction libre) (Shapero et Sokol, 1982).

La faisabilité de l'acte peut aussi signifier le degré auquel l'individu croit personnellement être capable d'exécuter un comportement entrepreneurial (Krueger et al., 2000). Cette variable se rapproche de celle du contrôle comportemental perçu de la théorie d'Ajzen (1991) et de celle d'efficacité personnelle de Bandura (1982).

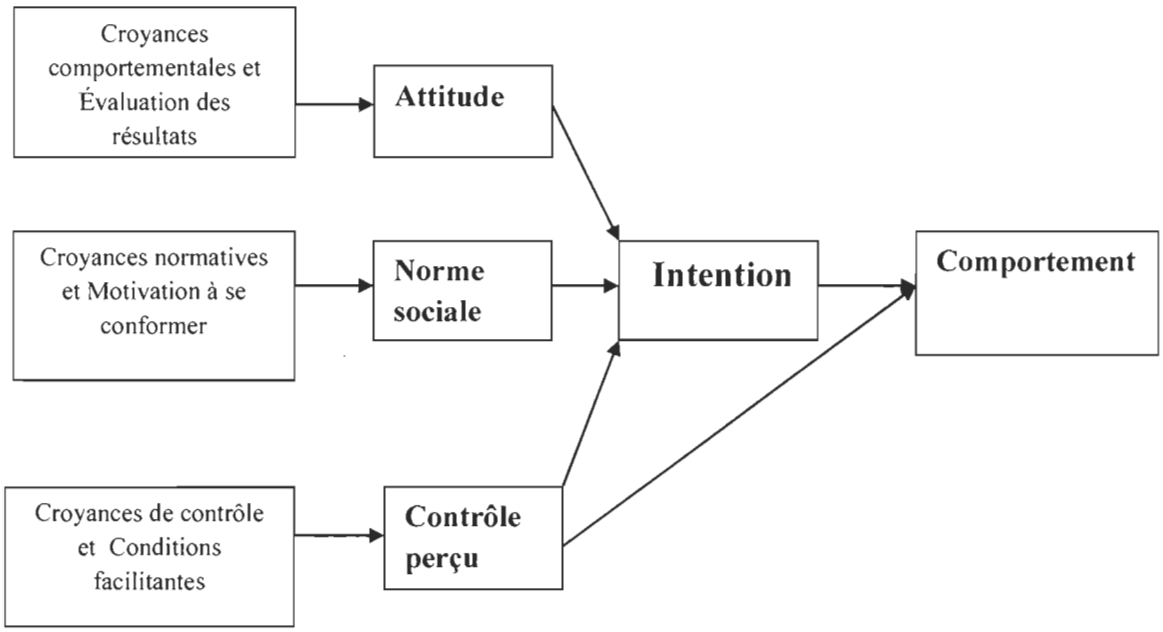
La perception de la désirabilité et de la faisabilité seraient aussi des produits du profil individuel (personnalité, prédisposition, sexe, etc.), mais aussi de l'environnement social et culturel (Shapero et Sokol, 1982). La famille, l'éducation, la disponibilité du support financier et social aussi bien que les valeurs culturelles auraient un impact sur la perception de caractère désirable et faisable de l'entrepreneuriat. Ces impacts ont été examinés dans les études antérieures (Blanchflower et Oswald, 2007; Hout et Rosen, 1999). Par exemple les résultats de l'étude de Blanchflower et Oswald (2007) nous montrent que l'un de déterminants importants pour accéder à l'entrepreneuriat est le fait d'avoir des parents entrepreneurs. L'expérience acquise en travaillant dans l'entreprise familiale pourrait permettre aux jeunes gens d'assurer pérennité de celle-ci à travers la relève entrepreneuriale ou de démarrer une nouvelle entreprise. Ces facteurs agissent indirectement sur l'intention d'entreprendre à travers la perception de la désirabilité et de la faisabilité (Shapero et Sokol, 1982).

2.3.2 La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)

Selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), le comportement est déterminé par l'intention; celle-ci est déterminée à son tour par trois facteurs indépendants à savoir :

- ✓ l'attitude personnelle,
- ✓ les normes sociales perçues, et
- ✓ le contrôle comportemental perçu.

La figure 2 : Théorie du comportement planifié Ajzen (1991)



Source : adapté d'Ajzen (1987, 1991)

1 L'attitude personnelle

L'attitude personnelle à l'égard du comportement concerné fait référence au degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'un individu a en rapport avec le comportement en question (Ajzen, 1991). Il s'agit de l'attrait pour un comportement concerné. Dans le cas de notre étude, l'attitude personnelle fera référence à l'évaluation favorable ou non de l'idée d'entreprendre.

2 Les normes sociales perçues

Les normes sociales perçues font référence à la perception personnelle de ce que la société ou des gens importants pour l'individu pensent à la réalisation ou non du comportement en question (Ajzen, 1991). Autrement dit, les normes sociales correspondent à la pression sociale que l'individu perçoit et qui le pousse à réaliser ou non un comportement donné (Boissin et al., 2009). Dans le cas de notre étude, elles impliquent la perception d'une pression sociale favorable ou non à l'idée d'entreprendre.

3 Le contrôle comportemental perçu

Le contrôle comportemental perçu sur la situation fait référence à la perception de l'individu à propos de la facilité ou de la difficulté à développer un comportement donné (Ajzen, 1991). En d'autres mots, c'est le contrôle que l'individu pense pouvoir exercer pour la réalisation de l'acte (Emin, 2004). Dans le cas de notre étude, cela implique donc le sentiment d'être capable d'entreprendre, mais également la perception du degré de contrôle de la personne sur les comportements nécessaires pour entreprendre.

2.3.2.1 Les éléments influençant chacune de ces trois variables

Chacune de ces trois variables qui déterminent l'intention est expliquée en termes des croyances; celles-ci désignent les informations saillantes que l'individu a sur le monde qui l'entoure (Ajzen, 1991; Boissin et al., 2009). Les croyances sont considérées comme les déterminants dominants des attitudes (l'attitude personnelle, les normes sociales perçues, et le contrôle comportemental perçu) et l'intention (Ajzen, 1991).

Des plus, l'attitude à l'égard du comportement est en fonction de l'évaluation personnelle des conséquences ou des résultats estimés après l'exécution du comportement donné (Emin, 2004). Celle-ci réfère la valeur que l'individu accorde aux résultats attendus ou au coût que va engendre l'accomplissement d'une action en question (Wang et al., 2011). En d'autres mots, chaque croyance associe le comportement à un certain résultat (Ajzen, 1991). De ce fait, l'attitude personnelle dépendrait de l'évaluation personnelle de résultats : si l'évaluation est positive, c'est-à-dire si la valeur accordée aux résultats escomptés est grande (conséquence désirable ou préférable), l'individu aura une attitude favorable à l'égard du comportement en question, ce qui pourrait avoir un effet positif sur l'intention comportementale.

Dans le contraire si l'évaluation est négative c'est-à-dire si la valeur accordée aux résultats escomptés est moins grande (conséquence indésirable et non-préférence), l'individu aura une attitude défavorable, ce qui affectera négativement l'intention comportementale (Ajzen, 1991).

Les normes subjectives sont en fonction du degré de la motivation individuelle de se modeler à la perception sociale ou son groupe de référence (Boissin et al., 2009). De ce fait, si l'individu veut à tout prix agir conformément à son groupe de référence, cela aura un effet positif sur l'intention comportementale. Dans le cas contraire, si l'individu ne veut pas se conformer à son groupe de référence, cela aura un effet négatif sur l'intention comportementale (Ajzen, 1991).

Le contrôle perçu est en fonction des conditions facilitantes; celles-ci font référence à la présence ou à l'absence de ressources nécessaires (financières ou non-financières issues de l'environnement culturel, politique, économique et social) à l'exécution d'un comportement donné (Emin, 2004). Plus l'individu se sentira capable de trouver ces ressources, de reconnaître les opportunités et de surmonter les obstacles qu'il anticipe, plus il sera assuré d'avoir un contrôle sur le comportement; ce qui aura un effet positif sur l'intention. Dans le cas contraire, il se sentira incapable d'exécuter le comportement en question, ce qui aura, dans ce cas, un effet négatif sur l'intention (Ajzen, 1991).

À noter que les variables externes au modèle, comme les traits de la personnalité ou les facteurs contextuels, ne sont pas censées influencer les intentions que dans la mesure où ils affectent ces croyances ou les variables indépendantes; ils jouent indirectement sur les intentions et sur le comportement (Ajzen, 1987; Bagozzi, Baumgartner et Yi, 1992).

L'intention individuelle de réaliser un comportement est plus grande lorsque le niveau de chaque variable (l'attitude, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu) l'est aussi (Ajzen, 1991). Autrement dit, plus l'individu a une attitude favorable pour un comportement, plus la société ou son groupe de référence a de l'estime pour le même comportement et plus l'individu a une grande croyance en ses capacités à exécuter avec succès le même comportement, alors plus l'intention devrait être grande pour accomplir le comportement en question (Ajzen, 1991).

En outre, la variable "contrôle comportemental perçu" et l'intention peuvent être utilisées directement pour prédire la réalisation d'un comportement. En effet, en supposant que l'intention reste constante, il est possible que l'effort fourni en vue d'exécuter avec succès un comportement donné augmente grâce au contrôle comportemental perçu (Ajzen, 1991).

Par exemple, même si deux individus avaient les mêmes intentions fortes d'accéder à la carrière entrepreneuriale, et qu'ils essayaient vraiment de le faire, il est probable que l'individu qui fait confiance en ses capacités à maîtriser cette activité persévère jusqu'au bout devant les difficultés contrairement à celui qui doute de ses capacités.

Enfin, comme nous pouvons le constater, le facteur central dans la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) est l'intention d'exécuter un comportement donné. Celle-ci est censée capturer les facteurs motivationnels qui influencent un comportement; elle indique la façon dont les gens sont disposés à essayer et l'effort qu'ils comptent exercer en vue d'exécuter avec succès le comportement en question (Ajzen, 1991).

Dans le point qui suit, nous discuterons de l'intention entrepreneuriale en nous basant sur le modèle d'Ajzen (1991) et sur le modèle entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Pour chacun des modèles, nous décrirons ses fondements et les variables identifiées par les auteurs et qui influencent directement ou indirectement l'intention entrepreneuriale.

2.3.2.2 L'intention entrepreneuriale selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991)

La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) indique que l'intensité de l'influence de chaque facteur (attitude personnelle, norme sociale et le contrôle comportemental perçu) sur l'intention entrepreneuriale peut varier selon l'individu, les situations, le contexte, la société, etc. Cela dit, dépendant des circonstances, il pourrait arriver qu'un seul facteur puisse avoir une grande influence sur l'intention par rapport aux autres et que dans l'autre cas, ce sont deux ou les trois qui influencent ensemble l'intention au même degré. Par exemple, les résultats de l'étude d'Autio et ses collegues (2001) qui a été conduite auprès des étudiants dans quatres pays à savoir Finland (Helsinki University of Technology), Sweden (Linko¨ping University), United States of America (USA) (Stanford University and University of Colorado, Colorado Springs), et United Kingdom (UK) (London Business School) nous indiquent que la variable « contrôle comportemental perçu » est la plus grande déterminante de l'intention.

Tandis que, les résultats de l'étude menée auprès des jeunes diplômés de l'École supérieure de Commerce de Sfax en Tunisie ont montré que les variables « attitude personnelle » et « norme sociale » ont une influence significative sur l'intention d'entreprendre (Boudabbous, 2011). Les résultats d'autres études effectuées toujours auprès d'étudiants indiquent que les facteurs « attitude personnelle » et « contrôle comportemental perçu » prédisaient significativement l'intention d'entreprendre et que l'influence du facteur « norme subjective » sur l'intention était non significative (Boissin et al., 2009; Emin, 2004; Krueger, 1993; Krueger et al., 2000; Moriano, Gorgievski, Laguna et al., 2012).

En outre, d'autres résultats ont montré que l'intention des 128 étudiants de première année en école de commerce en Norvège de créer leurs entreprises était significativement corrélée à l' « attitude personnelle » et aux « normes subjectives » ainsi qu'au « contrôle comportemental perçu » (Kolvereid, 1996). Toutefois, les poids de la perception de contrôle et de la norme sociale étaient plus forts que celui de l'attitude dans la formation de l'intention. D'autres études ont abouti aussi aux mêmes résultats (Iakovleva, Kolvereid et Stephan, 2011; St-Jean, Nafa, Tremblay et al., 2014).

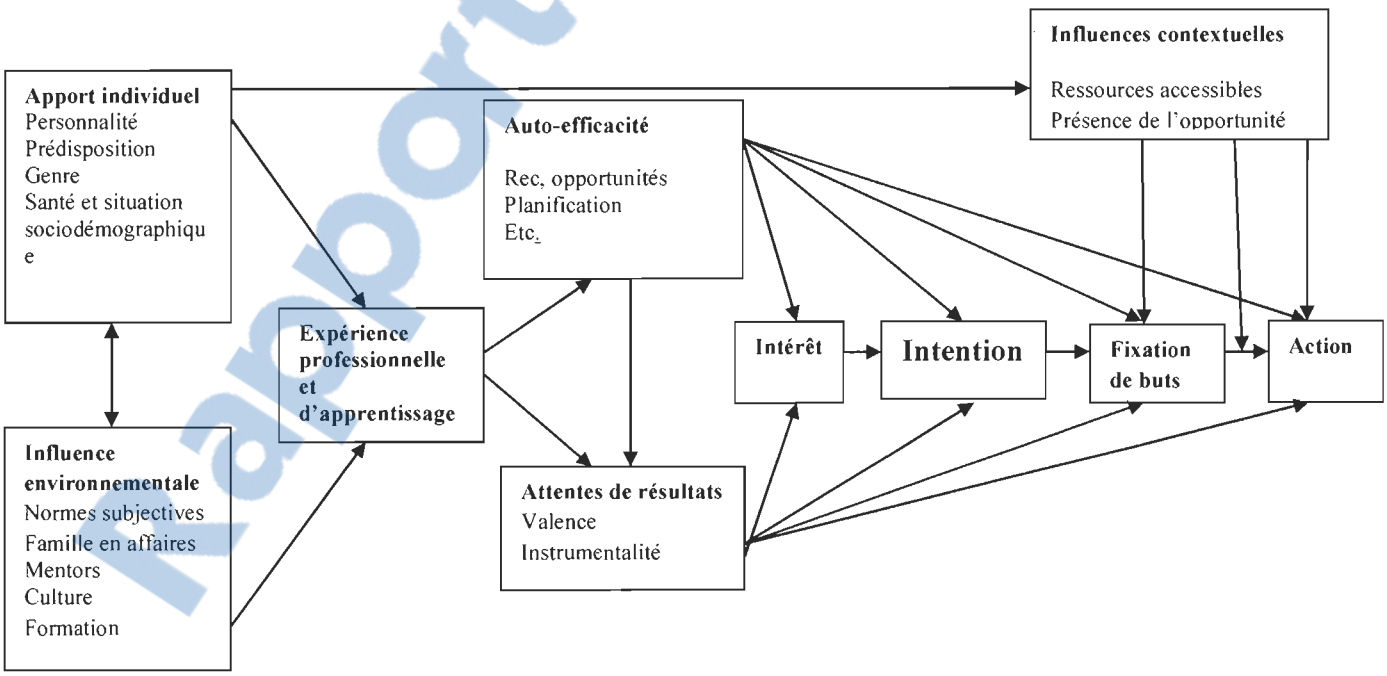
Bref, le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) semblent utiles pour comprendre la façon dont se développe l'intention d'entreprendre. Toutefois, étant donné que la motivation constitue la cause qui explique le comportement humain (Dolan et Morin, 1996), que l'intention est censée capturer les facteurs motivationnels qui influencent un comportement (Ajzen, 1991) et que la motivation entrepreneuriale prédit considérablement l'intention entrepreneuriale (Segal et al., 2005; Solesvik, 2013), avec toutes ces raisons nous pensons qu'il importe de connaître exactement l'effet spécifique de la motivation sur l'intention d'entreprendre. En outre, Schlaegel et Koenig (2014) ont démontré que les modèles prédictifs de l'intention entrepreneuriale se complètent et doivent être intégrés; ce qui pourrait fournir un pouvoir explicatif supplémentaire et une compréhension plus complète du processus auquel l'intention entrepreneuriale se développe. De plus, vu que l'entrepreneuriat est considéré par certains comme un choix de carrière (Dyer, 1994; Sinclair, 2008), la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al. (2002), étant un modèle intégratif, pourrait être fort utile pour comprendre à la fois la façon dont se développe la motivation et mène à l'intention entrepreneuriale, le passage de celle-ci à l'action et même la rétention à la carrière.

La partie suivante portera sur la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002).

2.4. La théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002)

La théorie sociocognitive du choix de carrière aboutit à la période de vie où le choix de carrière se forme et se réalise, soit le début de l'âge adulte (Lent, Brown et Hackett, 1994). Il s'agit de la période de vie qui concerne directement la présente recherche. Notre étude se concentre sur l'intention de la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires. En appréhendant l'entrepreneuriat en tant qu'une carrière (Sinclair, 2008), la théorie sociocognitive (TSC) de Lent (2002) nous permet d'ouvrir de nouvelles perspectives pour saisir la façon dont les gens choisissent de faire la carrière entrepreneuriale. Plus précisément, dans la présente recherche, la TSC nous permettra de comprendre comment se développe la motivation (Résultats attendus), mais aussi, elle nous permettra de mieux saisir l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Avant d'aborder la discussion sur les fondements de la TSC, nous présentons le modèle de cette théorie dans la figure 3 ci-après. Ce modèle englobe les facteurs personnels, contextuels et expérientiels affectant les comportements de choix de carrière.

Figure. 3. La théorie sociocognitive de carrière de Lent et al. (2002)



Source: La théorie sociocognitive de carrière de Lent et al. (2002)

Rapport-Gratuit.com

Concrètement, la théorie sociocognitive de Lent et al. (2002) indique que l'individu, dépendant de son profil et de son environnement, vivra des expériences d'apprentissage qui lui permettront de développer l'auto-efficacité et de résultats attendus. Selon cette théorie, ces éléments sont susceptibles de faire à ce que l'individu développe les intérêts pour certaines activités et les intentions à propos d'une carrière donnée, tout en se fixant des buts, à passer à l'action et à rechercher la performance. Dans la partie suivante, nous parlerons en détail de la théorie sociocognitive de Lent et al. (2002).

2.4.1 Les principales composantes de la théorie de Lent et al. (2002)

Selon la théorie sociocognitive de la carrière (Lent et al., 2002), l'intention et l'action sont déterminées par quatre principaux éléments à savoir :

- ✓ l'apport individuel;
- ✓ l'environnement dans lequel l'individu se trouve;
- ✓ l'auto-efficacité entrepreneuriale,
- ✓ et enfin, les attentes de résultats.

Nous allons voir chacun de ces éléments. Toutefois, nous nous attarderons surtout aux éléments qui font l'objet de notre étude; à savoir l'auto-efficacité et les attentes de résultats.

2.4.1.1 L'apport individuel

La personnalité joue un rôle important dans le choix des activités accomplies par l'individu (Lent et al., 2002). Cette affirmation est basée sur le lien très fort existant entre la personnalité et la génétique (Bouchard, Lykken, McGue et al., 1990; Loehlin, McCrae, Costa et al., 1998). En effet, les gènes prédisposent les gens à développer des attributs individuels qui affectent leur tendance à s'orienter vers certains types d'activités (Beugelsdijk et Noorderhaven, 2005; Shane, Nicolaou, Cherkas et al., 2010; Zhao, Seibert et Lumpkin, 2010). En d'autres mots, les facteurs génétiques affectent les préférences des individus (Scarr, 1992).

De plus, les gènes affectent les mécanismes chimiques dans le cerveau, ce qui a une incidence sur les réactions humaines (Nicolaou et Shane, 2009). Ils influencent la sensibilité de chaque individu face à un stimulus se trouvant dans leur environnement (Rowe, 2003); ce qui fait que les individus peuvent avoir différentes réactions face à un même stimulus (Moffitt, Caspi et Rutter, 2005; Plomin, DeFries et Loehlin, 1977).

Parlant de la santé, l'entrepreneuriat est connu d'être une carrière avec plein de difficultés. En effet, les entrepreneurs doivent surmonter les défis comme : le manque de temps chronique, la nécessité de régler de nombreux problèmes, l'incertitude quant à la viabilité de l'entreprise dans les premières années, etc. (Julien, 2005; Lorrain et Laferté, 2006). Toutes ces choses sont susceptibles de générer énormément de stress (Boyd et Gumpert, 1983; Pareek, 1994), d'amener l'entrepreneur à se remettre en question de son engagement envers sa carrière (Valéau, 2007) et de se rendre jusqu'à l'épuisement professionnel (Ben Tahar et Torrès, 2013). Cela veut dire qu'une sélection naturelle pourrait s'opérer pour ne retenir que les personnes qui sont les mieux prédisposés par cette carrière et que ceux-ci bénéficient d'un plus grand capital psychologique afin de faire face à toutes ces difficultés (Baron, Franklin et Hmieleski, 2013). Ça serait pour cette raison qu'on observe parfois une santé meilleure chez les entrepreneurs que chez les salariés (Oren, 2012; Stephan et Roesler, 2010), ce qui suppose que les individus ayant la santé fragile pourraient être découragés à s'orienter dans cette carrière.

En outre, le genre pourrait aussi avoir de l'impact sur le choix de la carrière entrepreneuriale. En se référant aux recherches antérieures, il existe une différence entre un homme et une femme en ce qui concerne l'intention entrepreneuriale (Gupta, Turban, Wasti et al., 2009; Wilson, Kickul et Marlino, 2007). En effet, celle-ci peut s'expliquer par la différence de perception, entre hommes et femmes, des barrières vis-à-vis de la carrière entrepreneuriale. On cite entre autres le manque de support et de compétences nécessaires ainsi que la peur de l'échec perçue chez les femmes (Shinnar, Giacomin et Janssen, 2012).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

2.4.1.2 L'environnement de l'individu

L'environnement est l'un des facteurs déterminants dans le choix de la carrière, car il expose l'individu à plusieurs situations qui peuvent avoir une influence sur les perspectives de carrière (Begley et Tan, 2001; Feeser et Dugan, 1989; Scott et Anderson, 1992; Young, 1983). L'observation de modèles, le soutien de la part de personnes importantes et la participation dans diverses activités concourent au développement de l'auto-efficacité et au façonnement des attentes face aux résultats de ses performances; ce qui influence les intentions ainsi que les choix de carrière (Lent et al., 1994; Lent et al., 2002; Lent, Brown, Sheu et al., 2005).
Par exemple faire partie d'une famille en affaires permet également de prédire l'intention d'entreprendre (Carr et Sequeira, 2007). Il est fort probable que les enfants nés dans une famille en affaires deviennent aussi des entrepreneurs (White, Thornhill et Hampson, 2007). En effet, le statut financier et social de la famille a été observé pour avoir un impact sur le choix de l'enfant en l'occurrence vers la carrière entrepreneuriale (Hsu, Roberts et Eesley, 2007).

La culture aurait aussi un impact important sur le choix de la carrière, car les valeurs de la société dans laquelle se trouve l'individu l'influencent tout au long de sa vie (Begley et Tan, 2001; Scott et Anderson, 1992). Ainsi, celle-ci pourrait être vue comme le régulateur et le catalyseur de la relation entre les facteurs contextuels et le comportement entrepreneurial (Bayad et Bourguiba, 2006).

L'aide d'un mentor en affaires pourrait être très précieux pour les étudiants universitaires puisqu'il permettrait l'augmentation leur capacité à identifier et à exploiter des opportunités par rapport à ceux dont les mentors ne sont pas en affaires ou qui n'ont tout simplement pas de mentors (St-Jean, Tremblay, Janssen et al., 2012). De plus, la formation reçue à l'école, en particulier au travers des cours en entrepreneuriat, pourrait stimuler l'intention entrepreneuriale et ainsi influencer le choix de la carrière entrepreneuriale (Peterman et Kennedy, 2003; Wilson et al., 2007). En outre, la situation économique (chômage, privatisation, etc.), les lois, la réglementation, la politique publique pourraient aussi influencer le développement de l'intention entrepreneuriale (Kostova, 1997).

2.4.1.3 L'auto-efficacité

Bandura (1997) pense qu'« en prenant des décisions pour leur carrière, les gens sont aux prises avec les incertitudes quant à leurs capacités, la stabilité de leurs intérêts, la recherche à court et long terme de différentes professions alternatives, l'accessibilité des carrières envisagées, et le type d'identité qu'ils tentent de se construire ». Cela fait que l'auto-efficacité joue un rôle très déterminant dans le processus de la prise de décisions en général et surtout dans celles qui concernent le choix de la carrière (Bandura, 1994). Les croyances d'un individu à l'égard de ses capacités à accomplir avec succès une tâche sont à compter parmi les principaux mécanismes régulateurs des comportements (Bandura, 1986).

L'objet de cette partie consiste ainsi à examiner la corrélation entre le sentiment d'auto-efficacité et l'intention d'entreprendre.

Premièrement, nous discuterons du concept du sentiment d'auto-efficacité. Deuxièmement, nous décrirons les sources du sentiment d'auto-efficacité. Troisièmement, nous explorerons le lien entre l'auto-efficacité et le choix de la carrière. Quatrièmement, nous traiterons de la relation entre l'auto-efficacité et l'intention d'entreprendre. Finalement, nous verrons la relation existante entre l'auto-efficacité et la motivation.

1. Le concept d'auto-efficacité

L'auto-efficacité est « *une croyance de l'individu en sa capacité d'organiser et d'exécuter la ligne de conduite requise pour produire des résultats souhaités* » (Bandura, 2003) p.12. Autrement dit, l'auto-efficacité renvoie aux jugements personnels à propos de la capacité à réaliser l'ensemble d'actions requises pour atteindre des types de performances désirées (Bandura, 1986), mais aussi aux croyances à propos de la capacité à mobiliser la motivation, les ressources cognitives et les comportements nécessaires pour exercer un contrôle sur les événements de la vie (Bandura et Wood, 1989).

L'auto-efficacité ne constitue pas un instrument de mesure des aptitudes d'un individu, mais une croyance relative à ce qu'un individu est capable de faire dans les différentes situations, quelles que soient ses aptitudes (Bandura, 2003). Celle-ci est parmi les facteurs qui dirigent et déterminent le comportement à mener dans les diverses circonstances (Bandura et Wood, 1989).

L'auto-efficacité agit sur les différentes facettes de la vie de l'être humain : elle influence les choix des gens pour les activités à faire et l'environnement dans lequel ils vont évoluer (Bandura, 2003).

Elle influence également la performance (faibles, bonnes ou extraordinaires) de l'individu, puisqu'elle permet de déterminer l'effort à dépenser et le niveau de la persistance nécessaire dans une situation donnée (François et Botteman, 2002). Enfin, elle influence la fixation de buts (objectifs): l'individu avec un faible degré d'auto-efficacité aura tendance à se fixer des objectifs relativement moins importants tandis qu'un individu avec un haut niveau d'auto-efficacité aura tendance à se fixer les objectifs personnels importants, stimulants et ambitieux (Bandura, 2003).

2. Les sources du sentiment d'auto-efficacité

L'auto-efficacité est façonnée par différents types d'expériences. Selon Bandura (2003), il y a quatre principales sources d'auto-efficacité comme le montre la figure suivante:

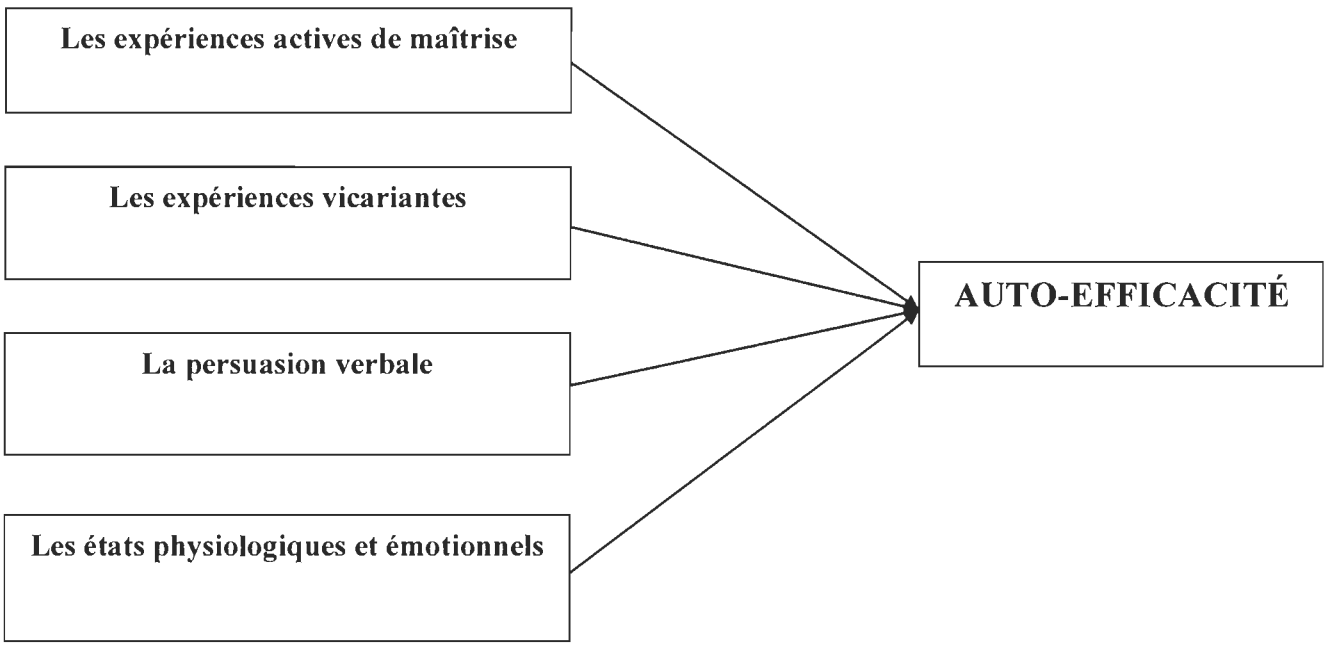


Figure 3 : Les quatre sources d'auto-efficacité

Les expériences actives de maîtrise (expérience personnelle)

Elles constituent une source la plus importante d'auto-efficacité (Bandura, 2003). Il s'agit d'épreuves que rencontre un individu dans la vie qui se solde soit par un succès ou un échec (Lecomte, 2004). Ces épreuves montrent clairement à l'individu de quoi il est ou non capable. Celles-ci prouvent à l'individu s'il est en mesure de faire le nécessaire pour réussir.

De ce fait, les succès permettent de construire l'auto-efficacité solide tandis que les échecs le minent (Bandura, 1994).

Par exemple si un individu a déjà eu de succès sur certaines tâches dans le passé, il aura plus de confiance pour accomplir des tâches semblables dans le futur (un grand niveau d'auto-efficacité). Dans le cas contraire, il ne fournira aucun effort, car il ne fait pas confiance en ses capacités pour réussir ces tâches semblables à cause de l'échec dans le passé (un bas niveau d'auto-efficacité).

Toutefois, les échecs ont aussi l'utilité pour l'individu dans la mesure où ils lui démontrent que le succès nécessite des efforts soutenus (Bandura, 2003). Lorsque l'individu croit fermement en ses capacités de réussir, il sera plus enclin à persévérer devant les difficultés, à fournir encore plus d'effort et aura plus de facilité à retrouver confiance en lui-même, ce qui l'aidera à surmonter ces obstacles (Bandura, 1994).

Les expériences vicariantes

Au cours de la vie, dans des certaines circonstances, il est nécessaire de se comparer avec d'autres individus (collègues de travail, de classe, même âge, même sexe, etc.) pour mesurer le niveau de performance dans des situations similaires (Lecomte, 2004). Les expériences vicariantes sont très efficaces quand l'individu se voit ou se considère comme semblable aux personnes qu'il prend comme modèle; elles transforment les croyances d'efficacité par la comparaison sociale (Bandura, 2003). Par exemple, voir un collègue réussir à une tâche particulière peut conforter l'auto-efficacité. De ce fait, l'auto-efficacité est améliorée lorsque la performance de l'individu surpasse les normes de son groupe de référence, alors que dans le cas contraire, l'auto-efficacité tend à diminuer (Bandura, 1997).

La persuasion verbale

La persuasion verbale concerne essentiellement le fait de convaincre quelqu'un de sa capacité à réussir une tâche particulière; ainsi elle permet de renforcer l'auto-efficacité (Bandura, 2003). Lorsqu'une personne se retrouve devant une situation difficile, il lui sera plus facile de soutenir son auto-efficacité si des gens importants à ses yeux lui témoignent de la confiance en ses capacités et compétences; au contraire, s'ils lui expriment des doutes face à ses possibilités de succès, son auto-efficacité diminuera (Bandura, 1994).

Les états physiologiques et émotionnels

L'être humain qui fait une tâche complexe et exigeante éprouve certains symptômes physiologiques; ils varient d'un individu à l'autre (Bandura, 1994). Les changements dans l'état physiologique et émotionnel ont des conséquences sur l'auto-efficacité : ceux-ci surviennent quand l'individu fait face à un évènement stressant, difficile ou déplaisant; ils sont souvent interprétés comme un signe de peur, de vulnérabilité ou de dysfonctionnement, donc d'inefficacité (Bandura, 2003). Dans ces cas, ces signes ne font que diminuer la performance en ce sens que l'individu a davantage tendance à croire qu'il est plus sujet de l'échec.

De plus, le manque de confiance croissant et l'anticipation d'inefficacité activent le dysfonctionnement psychologique supplémentaire et le stress. Un individu qui a une croyance forte en ses capacités peut être en mesure de diminuer ou de maîtriser ses réactions émotionnelles, c'est-à-dire qu'il peut gérer son stress et améliorer sa performance (Lecomte, 2004).

3. L'auto-efficacité et le choix de la carrière

Le choix d'une carrière est le résultat du jugement qu'un individu fait sur base de sa capacité de développer et d'exécuter avec succès les comportements ou les exigences de la carrière (Anderson et Betz, 2001; Niles et Sowa, 1992), quels que soient les bénéfices qu'on pourrait en retirer (Lecomte, 2004). L'auto-efficacité est essentielle pour la performance dans une carrière, car il influence grandement les comportements au travail, quelles que soient les connaissances et les compétences (Bandura, 1977, 1986; Bandura et Locke, 2003; Dawes, Horan et Hackett, 2000; Giles et Rea, 1999). Elle est même à l'origine de beaucoup d'actions qui précédent la carrière comme la recherche du travail (Niles et Sowa, 1992). Elle joue aussi un rôle important dans le choix de domaine d'étude qui prépare la carrière en question (Lent et al., 2002). Les décisions pour faire une carrière, l'accomplissement et l'ajustement des comportements seraient soumises à l'influence de l'auto-efficacité (Hackett et Betz, 1981). Cela nous laisse croire que l'auto-efficacité est un facteur clé pour choisir une carrière (Betz et Taylor, 2001).

4. L'auto-efficacité et l'intention d'entreprendre.

Comme nous l'avons vu dans la section précédente, l'auto-efficacité est un grand déterminant et permet d'expliquer les options de la carrière perçues (les préférences et les comportements, etc.) (Anderson et Betz, 2001; Bandura, 1993, 1997; Betz et Hackett, 1981, 1983; Betz et Taylor, 2001; Eccles, 1994; Lecomte, 2004; Nesdale et Pinter, 2000). Par analogie, il semble que les mêmes effets de l'auto-efficacité existeraient en ce qui concerne la carrière entrepreneuriale (Sequeira, Mueller et Mcgee, 2007; Zhao, Seibert et Hills, 2005). L'auto-efficacité entrepreneuriale peut être définie comme le degré auquel un individu croit qu'il est capable d'accomplir les tâches de l'entrepreneur, comme la reconnaissance d'opportunité, la planification, la définition de la finalité principale de l'entreprise, les compétences humaines et conceptuelles, les compétences financières, etc. (McGee, Peterson, Mueller et al., 2009).

En général, le rôle d'entrepreneur n'est pas clairement défini et beaucoup d'incertitudes pourraient exister en ce qui concerne le succès du projet; cela pouvant, ainsi, décourager les gens à opter pour la carrière entrepreneuriale (DeNoble, Jung et Ehrlich, 1999). Cette incertitude qui entoure la probabilité de succès paraît être liée à la croyance qu'un individu a de ses capacités à réussir en entrepreneuriat (Zhao et al., 2005). En effet, l'auto-efficacité est particulièrement importante dans les tâches complexes que l'individu doit exécuter pour accéder à la carrière entrepreneuriale comme localiser une opportunité, assembler les ressources, démarrer une entreprise, etc. (McGee et al., 2009).

Des plus, l'auto-efficacité entrepreneuriale serait un antécédent clé de l'intention entrepreneuriale (Sequeira et al., 2007). Des recherches faites en entrepreneuriat ont montré que l'auto-efficacité entrepreneuriale contribue au développement de l'intention d'entreprendre (Boyd et Vozikis, 1994; Chen, Greene et Crick, 1998; DeNoble et al., 1999). Ces résultats révèlent que les gens qui ont l'auto-efficacité entrepreneuriale élevée croient qu'ils possèdent une idée viable pour une nouvelle affaire, ce qui permet de prédire l'intention entrepreneuriale (McGee et al., 2009).

D'après Boyd et Vozikis (1994), il existe de fortes chances que l'individu ayant l'auto-efficacité entrepreneuriale élevée développe l'intention d'entreprendre, et accède, un jour, à la carrière entrepreneuriale. Cela montre que l'auto-efficacité entrepreneuriale s'avère un élément très important pour expliquer l'intention d'entreprendre (Barbosa, Gerhardt et Kickul, 2007; Zhao et al., 2005) ainsi que la création d'une entreprise (Boyd et Vozikis, 1994; Dimov, 2010).

5. L'auto-efficacité et la motivation

L'auto-efficacité influence la motivation par l'élaboration de prévisions et de buts personnels (Bandura, 2003). Un individu se motive et guide ses actions anticipativement par l'exercice de prévoyance; et ainsi il forme les croyances sur ce qu'il pourrait faire. Il anticipe les résultats probables des actions prospectives; il se fixe des objectifs et les plans d'action visant à réaliser, au terme, des résultats de valeur (Bandura, 1995).

D'après Vroom (1964), la motivation est déterminée par les résultats attendus. Cependant, les gens réagissent surtout sur la base de leurs croyances au sujet de ce qu'ils peuvent faire, car la motivation (les attentes de résultats) est régie par l'auto-efficacité (Bandura, 2003).

Cela fait que l'individu est plus motivé lorsqu'il croit que ses actions lui permettront d'atteindre les résultats souhaités, si ceux-ci ont une valeur escomptée élevée, et surtout s'il se croit capable d'accomplir la tâche en question (l'auto-efficacité) (Vroom, 1964). En d'autres mots, il peut y avoir plusieurs alternatives attrayantes que les gens ne poursuivront pas parce qu'ils jugent de ne pas avoir les capacités nécessaires pour réussir. Plus un individu a un haut degré d'auto-efficacité pour une activité donnée, plus il est motivé à s'y engager (Bandura, 2003).

La partie suivante portera sur la théorie de motivation de Vroom (1964) ou la théorie des attentes de résultats.

2.4.1.4 La théorie de résultats attendus de Vroom (1964)

La théorie de la motivation de Vroom (1964) ou la théorie de résultats attendus, a suscité un vif intérêt des recherches sur la motivation au travail en général et surtout sur le rapport entre la motivation et la formation, la productivité, la fixation des buts, etc. (Van Eerde et Thierry, 1996; Vroom, 1964). Cette théorie a été très utile aussi dans la recherche sur les facteurs qui prédisent le changement du statut de l'emploi (Lynd-Stevenson, 1999) et dans la prise de décisions stratégiques (Julian et Ofori-Dankwa, 2008). D'après la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002), les résultats attendus (instrumentalité, valence) et l'expectation (l'auto-efficacité) sont susceptibles de développer les intentions à propos du choix de carrière. Par analogie, cela nous laisse croire que ces mêmes composantes de la motivation seraient étroitement liées avec l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.

Dans cette partie, nous essaierons de comprendre comment la motivation se développe et mène à l'intention d'entreprendre. Plus précisément, nous verrons les relations qui existent entre les composants de la motivation (valence, instrumentalité et l'expectation) et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Nous discuterons dans un premier temps du concept d'attente de résultats.

Dans un second temps, nous verrons la théorie d'attente de résultats dans le contexte de l'entrepreneuriat. Dans le troisième point, nous développerons des hypothèses de notre étude.

1. Le concept des résultats attendus

Vroom (1964) définit la motivation comme étant un processus contrôlé par l'individu dans lequel il fait volontairement un choix parmi différentes formes d'alternatives. D'après cette théorie, l'individu opère ses choix en se basant sur son évaluation de la façon dont les résultats attendus, suite à l'exécution d'un comportement donné, pourraient correspondre avec les résultats désirés. Cela veut dire qu'une personne est motivée ou non à agir d'une certaine manière sur la base de résultats attendus (Vroom, 1964). Par exemple, un individu serait plus motivé à exécuter un comportement spécifique « A » et à de rejeter le comportement « B » dû aux meilleures conséquences positives attendues provenant du comportement « A » par rapport au comportement « B ».

L'essence de cette théorie est que la motivation qui pousse quelqu'un à choisir un comportement donné est déterminée par le caractère désirable du résultat attendu (Van Eerde et Thierry, 1996). Cela veut dire qu'un individu exécute une action dans l'espoir que celle-ci sera suivie par un résultat donné (Ex. : réussir les études, démarrer une entreprise, avoir un succès financier) et que ce résultat a une grande importance pour l'individu, c'est-à-dire l'attrait de ce résultat à l'individu.

2. Les éléments clés de la motivation selon la théorie de Vroom (1964)

Pour prendre une décision sur la manière de se comporter, la théorie de résultats attendus de Vroom (1964) indique qu'il y a trois facteurs importants à considérer : la valence (V), l'instrumentalité (I) et l'expectation (E). La section suivante va être consacrée à l'explication de chacun de ces trois facteurs composant la force motivationnelle (Vroom, 1964).

Rapport-Gratuit.com

2.1. L'expectation

L'expectation est une probabilité subjective qu'une action mènera à un résultat donné (Vroom, 1964). Autrement dit, c'est une conviction individuelle que l'effort consenti au travail permettra d'atteindre un niveau de performance souhaité (Erez et Isen, 2002). Cette croyance est basée sur les expériences passées de l'individu, les réactions ainsi que les informations provenant de ses proches, etc. (Gatewood, 1993; Gatewood, Shaver, Powers et al., 2002). L'expectation fait référence aussi au degré de contrôle perçu par l'individu sur la performance et aux résultats attendus (Skinner, 1996).

L'expectation peut être aussi exprimée par le modèle qui associe l'action (effort) et la performance (Résultat) : Effort → Performance (E→P) (Van Eerde et Thierry, 1996; Vroom, 1964). Par exemple, un individu se sent capable d'accomplir les actions nécessaires pour démarrer son affaire; autrement dit, il est convaincu que ses efforts lui permettront de créer sa propre entreprise (Performance/résultat attendu).

2.2 L'instrumentalité

L'instrumentalité est la croyance d'un individu qu'il recevra une récompense (résultat désiré) si la performance attendue est atteinte (Vroom, 1964). En d'autres mots, c'est une conviction individuelle que ses actions et ses performances lui permettront d'avoir les résultats ou récompenses attendus (Steel et Konig, 2006).

L'instrumentalité peut être aussi exprimée par le modèle qui associe la performance et le résultat : Performance → Résultat (P→R). Cependant, vu que la performance est un résultat de l'effort consenti (voir l'expectation), alors le modèle devient comme cela : l'association entre résultats (performance) → résultat (récompense) ou Résultat → Résultat (R→R) (Vroom, 1964). Cela signifie que l'effort mènera à un premier résultat (performance) et par la suite celui-ci permettra d'obtenir le deuxième résultat qui est la récompense. Par exemple, un individu sait que son effort lui permettra de démarrer sa propre entreprise (le résultat de son effort) et que les récompenses financières suivront (résultat financier). Autrement dit, le fait de commencer sa propre affaire (1er résultat) est une conséquence de son effort, l'instrument et une condition sine qua non pour gagner des récompenses financières (le 2e résultat). Dans cet exemple, le résultat financier dépend de la création d'entreprises.

À noter que l'expectation et l'instrumentalité sont des attitudes qui représentent la perception d'un individu de la probabilité que son effort mènera à la performance et que celle-ci mènera aux résultats désirés. Ces perceptions représentent la probabilité subjective, ce qui veut dire qu'elle est susceptible de varier en fonction de la personnalité de chacun (Vroom, 1964).

2.3. La valence

D'après Vroom (1964), la valence fait référence à la valeur que l'individu accorde aux résultats attendus; cette valeur dépend de ses besoins, ses buts (Ex. : l'importance accordée à la réussite aux études ou au succès financier). Autrement dit, la valence est une force de préférence ou de l'attrait qu'un individu a pour une récompense attendue (Van Eerde et Thierry, 1996). Un individu est plus motivé aussi longtemps que l'avantage ou la satisfaction associée à la récompense (le résultat) est assez grande (Gatewood et al., 2002). Les résultats devraient être attirants pour que les gens puissent avoir l'attitude favorable et la volonté de les atteindre (Singh et Prasad, 2012; Wang et al., 2011).

D'après Vroom (1964), la valence peut être aussi exprimée par le modèle suivant: $-1 < 0 < +1$.

-1 représente les résultats attendus négatifs; c'est-à-dire les résultats auxquels l'individu s'attend à obtenir que des désavantages et de l'insatisfaction. Dans ce cas, l'individu évite le comportement qui mènera à ce résultat.

0 représente les résultats attendus pour lesquels l'individu ne trouve pas ou peu d'avantages et de satisfaction. Dans ce cas, l'individu est indifférent au comportement qui mène à ce résultat.

+1 représente les résultats attendus positifs c'est-à-dire les résultats auxquels l'individu pense recevoir beaucoup d'avantages et de satisfaction. Dans ce cas, l'individu exécute le comportement qui mènera à ce résultat.

Concrètement, la théorie de résultats attendus (Vroom, 1964) indique qu'un individu est davantage motivé à accomplir une tâche lorsqu'il accorde de la valeur aux résultats attendus (la valence), qu'il sait que ses actions lui permettront d'atteindre les résultats escomptés (l'instrumentalité) et qu'il se croit capable d'accomplir la tâche en question (l'expectation, qui correspond essentiellement à l'auto-efficacité) (Vroom, 1964).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Autrement dit, la motivation est un produit de l'attente de l'individu qu'un certain effort mène à la performance projetée (expectation), que cette performance lui permette d'accomplir un certain résultat (l'instrumentalité), et que ce résultat a une grande valeur c'est-à-dire le caractère désirable pour l'individu (valence).

Cela dit, l'individu sélectionne une option (le comportement) avec la plus grande force motivationnelle ou *Motivational Force* (MF), lequel Vroom (1964) a exprimé par le modèle suivant:

***Motivational Force* (MF) = Expectation x Instrumentalité x Valence**

Ce modèle postule que la motivation pour chaque individu est plus grande lorsque le niveau de chaque variable qui la compose l'est aussi. Des plus, si le niveau de l'une de ces variables est bas ou nul, le niveau de la motivation diminuera ou sera nul aussi (Vroom, 1964). Cette théorie est très importante, car elle nous permet de savoir comment la motivation se développe et mène à l'action (Van Eerde et Thierry, 1996).

3. La théorie des résultats attendus dans le contexte d'entrepreneuriat

La théorie des résultats attendus de Vroom (1964) a été déjà utilisée dans d'autres travaux et domaines en dehors de l'entrepreneuriat; par exemple dans les recherches sur la motivation au travail, sur le comportement organisationnel (Ambrose et Kulik, 1999; Kanfer, 1990; Lunenburg, 2011). Kanfer (1990) a trouvé que la motivation (résultats attendus) est un élément déterminant pour persévérer et consacrer un effort supplémentaire à une tâche donnée. Il continue en disant que la motivation au travail est influencée par des facteurs individuels, organisationnels; toute fois un cadre de travail serait plus motivant dépendant de la disponibilité de récompenses valorisées par les employés.

Ambrose et Kulik (1999) ont constaté que la théorie de résultats attendus de Vroom (1964) a les implications à la fois sur le travail (les employés) et sur l'entreprise (l'employeur). De ce fait, ils ont formulé certaines recommandations dans le but d'améliorer la motivation au travail dans une organisation :

- ✓ Les employés méritoires devraient être récompensés pour leur performance exceptionnelle.

- ✓ Le niveau de la motivation des employés devrait être évalué continuellement à travers plusieurs techniques telles que le questionnaire, les entrevues personnelles, etc.,
- ✓ Le système de récompense devrait être correct et juste dans une organisation.
- ✓ À chaque poste, l'organisation devrait concevoir une description des tâches claire, intéressante et dynamique.
- ✓ L'organisation devrait mettre en corrélation les attentes de résultats souhaités par les employés au niveau de la performance visée.

D'après Lunenburg (2011), la théorie de résultats attendus de Vroom (1964) est une source importante dans laquelle, sur base de trois facteurs composant la force motivationnelle, on trouve des directives permettant de rehausser la motivation de l'employé au sein d'une entreprise :

- **L'expectation**

Les dirigeants d'une entreprise devraient essayer d'augmenter les croyances des employés en leurs capacités à performer c'est-à-dire à travailler avec succès. Cela pourrait se faire en sélectionnant les employés ayant les capacités et connaissances requises pour chaque poste; en leurs fournissant le temps, les ressources et les formations nécessaires pour le travail; en étant attentif à leurs suggestions; en fournissant du coaching aux l'employés en faible auto-efficacité, etc.....

- **L'instrumentalité**

Les dirigeants devraient essayer de renforcer les croyances de leurs employés en ce que la bonne performance résultera en récompenses escomptées. Ils devraient lier directement la performance spécifique qu'ils désirent aux récompenses souhaitées par les employés. Cela pourrait se faire en décrivant clairement les récompenses qui résulteront de performance désirée; en fournissant des exemples d'autres employés dont la bonne performance a résulté une plus haute récompense, etc. C'est important pour les employés de voir clairement le processus de la récompense au travail.

- **La valence**

La direction de l'entreprise devrait essayer d'augmenter la valeur attendue de récompenses qui résultent de performance désirée. Étant donné que tous les employés ne donnent pas de l'importance aux mêmes récompenses, il serait profitable de tenir compte de leurs suggestions.

Cela permettrait de distribuer des récompenses valorisées réellement par les employés : une promotion, une augmentation du salaire, des jours des vacances supplémentaires, l'assurance améliorée, etc.

Si la théorie de Vroom (1964) est utile dans le domaine du travail et sur le comportement organisationnel, il nous semble évident qu'elle peut l'être également dans le contexte de l'entrepreneurial. Ces affirmations sont basées sur le fait que les raisons qui poussent les gens à créer les PME contiennent les éléments clés de la théorie des résultats attendus de Vroom (1964) (Renko, Kroeck et Bullough, 2012). D'après Shaver et al. (2001), les entrepreneurs qui croient dans leurs capacités (expectation) sont plus motivés pour exercer l'effort nécessaire afin d'arriver à leurs objectifs. De même, une création d'un projet serait un processus basé sur le modèle effort-performance-résultat (Expectation, Instrumentalité et Valence) (Gatewood, 1993; Manolova, Brush et Edelman, 2008a, 2008b).

De plus, le choix de poursuivre la carrière entrepreneuriale serait basé sur l'utilité perçue (Douglas et Shepherd, 2002; Gatewood et al., 2002). Selon ces auteurs, l'utilité perçue est une fonction de perception individuelle de la probabilité que les capacités (effort) dans une activité entrepreneuriale soient prospères (expectation), compte tenu des risques qui se trouvent dans l'environnement du travail et la croyance que les résultats escomptés auront la valeur désirée (c'est-à-dire attente de résultats : instrumentalité et valence). Cela peut être comparé à la désirabilité perçue, car elle démontre le degré d'attrait que représente la carrière entrepreneuriale pour l'individu (Emin, 2004). Dans d'autres mots, plus l'utilité perçue de l'événement entrepreneurial augmente, plus celui-ci est désirable.

En outre, Manolova et ses collègues (2008) énoncent que les décisions des entrepreneurs sont, dans la plupart des cas, fonction des prévisions des résultats. Ces auteurs indiquent qu'un individu décide d'entreprendre, car il espère que cette voie lui permettra d'atteindre les résultats escomptés ou ses objectifs (instrumentalité), que ces résultats ont une grande valeur pour lui (valence) et qu'il se sent capable de le faire (l'expectation). De plus, la décision du chef d'une PME qui porte sur la croissance de son affaire dépend fortement de ses prévisions en rapport avec ses bénéfices à venir c'est-à-dire les résultats attendus (Wiklund, Davidsson et Delmar, 2003).

2.5. Liens entre les principaux modèles explicatifs de l'intention comportementale

Comme nous allons le voir, les deux théories expliquant l'intention (Ajzen, 1991; Shapero et Sokol, 1982) ont quelques ressemblances. Tout d'abord, les deux premiers facteurs de la théorie d'Ajzen (1991) : l'attitude personnelle et les normes sociales perçues correspondent au facteur intitulé « désirabilité perçue » du modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), car tous font référence au degré d'attrait (préférence) qu'un individu perçoit pour un comportement donné (Emin, 2004; Van Eerde et Thierry, 1996; Wang et al., 2011).

À noter que les résultats attendus (Valence et Instrumentalité) (Vroom, 1964) influencent le degré d'attrait qu'un individu perçoit pour un comportement donné en l'occurrence le comportement entrepreneurial, c'est-à-dire la désirabilité perçue (Krueger et al., 2000). En effet, l'attitude à l'égard du comportement est en fonction de l'évaluation personnelle des conséquences estimées après l'exécution du comportement donné (Emin, 2004). Celle-ci réfère à la valeur que l'individu accorde aux résultats attendus d'une action en question (Wang et al., 2011). De ce fait, l'attitude personnelle dépendra de l'évaluation personnelle de résultats : si l'évaluation est positive, c'est-à-dire si la valeur accordée aux résultats escomptés est grande (conséquence désirable ou préférable), l'individu aura une attitude favorable à l'égard du comportement en question, ce qui pourrait avoir un effet positif sur l'intention comportementale. Dans le contraire si l'évaluation est négative c'est-à-dire si la valeur accordée aux résultats escomptés est moins grande (conséquence indésirable et non-préférence), l'individu aura une attitude défavorable, ce qui affectera négativement l'intention comportementale (Ajzen, 1991). En d'autres termes, les variables attitude ou la désirabilité perçue dépendraient des résultats attendus (Singh et Prasad, 2012; Steel et Konig, 2006; Wang et al., 2011). Cela nous laisse croire que la valence et l'instrumentalité pourraient aussi être les antécédents directs de l'intention entrepreneuriale (Renko et al., 2012; Townsend, Busenitz et Arthurs, 2010). D'où aussi l'importance de mesurer les résultats attendus.

Ensuite, le contrôle comportemental perçu de la théorie d'Ajzen (1991) qui ressemble au facteur de « faisabilité perçue » du modèle de Shapero et Sokol (1982) correspondrait au facteur « expectation » de la théorie de résultats attendus de Vroom (1964), car tous font référence au degré avec lequel l'individu croit en ses capacités pour mener à bien le comportement donné, c'est-à-dire l'auto-efficacité (Skinner, 1996; Steel et Konig, 2006), qui est l'un des éléments importants qui composent la TSC.

En les combinant, il y a plus de chances d'augmenter le facteur explicatif de ces deux modèles expliquant l'intention (Schlaegel et Koenig, 2014). D'où l'importance et la particularité de la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent *et al.* (2002) qui est beaucoup plus intégrative et complète. En effet, en plus de considérer les éléments qu'on retrouve dans les deux modèles (Ajzen, 1991; Shapero et Sokol (1982), la TSC va encore plus loin en incluant d'autres facteurs importants, afin de mieux déterminer l'intention et la fixation de buts pour une carrière donnée comme on l'a déjà mentionné dans les parties précédentes.

Plusieurs études ont été faites en se basant sur la TSC de Lent (2002) (Rajabi, Papzan et Zahedi, 2012; Rogers et Creed, 2011; Rogers, Creed et Glendon, 2008). Ces études ont montré l'utilité et la pertinence de celle-ci. Par exemple Rogers et Creed (2011) ont fait une étude longitudinale qui avait comme objectif de déterminer la façon dont les adolescents planifient leurs carrières. Pour ce faire, ils ont utilisé la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002) comme un modèle qui permet de prédire le choix de la carrière ainsi que les actions qui en résultent. La TSC a été testée auprès de 631 lycéens. Les résultats ont montré que le choix de leurs carrières dépendait surtout de l'auto-efficacité et de buts en rapport avec la carrière. Des plus, ils ont trouvé que les actions en rapport avec la carrière sont influencées aussi par la personnalité de l'individu et le contexte environnemental dans lequel il se trouve.

L'étude de Rajabi et al. (2012) avait comme objectif principal de déterminer les facteurs qui influencent l'intention de choix de la carrière aux étudiants en agriculture à l'Université de Razi à Kermanshah en République islamique d'Iran, tout en utilisant la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002). La population étudiée était 1122 étudiants en agriculture. Les données ont été collectées en utilisant les questionnaires. Les résultats indiquent que la personnalité des étudiants, leurs prédispositions psychologiques ainsi que leurs résultats à l'école n'influencent pas l'intention de choix de carrière. Par contre, ils ont trouvé qu'il existe une relation significative entre celle-ci et l'auto-efficacité ainsi que résultats attendus.

Cette théorie pourrait être fort utile pour comprendre la façon dont l'intention comportementale se forme, le passage de celle-ci à l'action et même la rétention à la carrière. Autrement dit, la TSC de Lent et al. (2002) est un modèle important qui intègre différents éléments nécessaires pour expliquer l'intention d'entreprendre. C'est pour cette raison que nous la mobilisons pour cette recherche.

2.6. La motivation

Au cours de la vie, il arrive qu'on se pose les questions suivantes : qu'est-ce qui explique le comportement humain ? Qu'est-ce qui a poussé une personne à agir d'une certaine manière ? Pourquoi cette personne a-t-elle fait ceci ou cela ? Pourquoi cette personne a-t-elle décidé de faire cette activité au lieu de l'autre ? Pourquoi a-t-il choisi cette carrière ? Une réponse à toutes ces questions est simple : chaque personne a ses raisons ou ses motivations pour agir ainsi. La motivation individuelle est liée « premièrement à la direction du comportement ou à ce que l'individu choisit de faire quand plusieurs alternatives sont possibles; deuxièmement à l'amplitude, ou à la force de la réponse (c'est-à-dire l'effort) une fois que ce choix est fait; et troisièmement à la persistance du comportement ou à la façon dont il est soutenu» (Campbell, Dunnette, Lawler et al., 1970) p.340 (traduction libre). Partant de cette définition, la motivation englobe les facteurs qui poussent l'individu à agir; elle établit et explique la cause (origine) du comportement humain; et elle permet de comprendre le pourquoi du comportement (McClelland, 1987). Autrement dit, chaque individu a ses motivations pour agir, car chaque comportement humain est le résultat d'une motivation (Petri, 1996). Pour exécuter une action, l'individu doit non seulement savoir ce qu'il doit faire pour atteindre ses objectifs (connaissance), être capable de le faire (compétence), mais aussi il doit être motivé (motivation) (Lambert, 2010).

Les gens qui choisissent la carrière entrepreneuriale ont aussi leurs propres motivations qu'on appelle communément les motivations entrepreneuriales (Segal et al., 2005). Celles-ci seraient essentielles pour comprendre l'entrepreneur (Janssen, 2009) et elles guideraient ce dernier dans chaque étape du processus entrepreneurial (Carsrud, 2011). Cette prochaine partie va être consacrée aux motivations entrepreneuriales. D'abord, nous verrons les principales motivations entrepreneuriales. Ensuite, les motivations entrepreneuriales en milieu universitaire.

2.6.1 Les motivations entrepreneuriales

L'une des caractéristiques qui dominent chez les PME, et qui les distinguent des grandes entreprises, est que dans la plupart des cas, une PME est créée par une personne; celle-ci devient le plus souvent le prolongement de son propriétaire dirigeant, alors que dans la grande entreprise, il y a une séparation naturelle et normale entre la gestion et la propriété (St-Pierre, 2011). De plus, contrairement aux gestionnaires ou les dirigeants de grandes entreprises, une personne qui veut créer une PME adopte des comportements et ne poursuit pas nécessairement l'objectif de la maximisation de la richesse, c'est-à-dire la valeur marchande d'une entreprise (Duchéneaut, 1996; Letowski, 1992). En effet, mis à part l'objectif financier, le futur entrepreneur vise des objectifs non pécuniaires et il jouit d'une grande liberté pour mener à bien ses objectifs non financiers, contrairement à une grande entreprise dont la valeur est déterminée par le marché, la main d'œuvre et jugée continuellement d'après les résultats de l'entreprise (Freytag et Thurik, 2007; Janssen, 2009; Julien, 2005).

Nous savons que les objectifs d'un entrepreneur dépendent de ses motivations (Carsrud, 2011); cela signifie aussi que les motivations entrepreneuriales ne sont pas toujours à caractère financier. À titre d'exemple, parmi les motivations entrepreneuriales, on peut citer : réalisation personnelle, succès financier, jouer un rôle important dans la société, faire de l'innovation, obtenir une récompense, avoir de l'indépendance, etc. (Carter et al., 2003). Comme on peut le voir dans ces exemples, certaines de ces motivations sont à caractère pécuniaire (Ex : succès financier, obtenir une récompense) alors que les autres sont à caractère non pécuniaire (Ex : réalisation personnelle, avoir l'indépendance, jouer un rôle important, innover). Cela dit, dans le contexte de l'entrepreneuriat, une vue plus diverse peut être pertinente, car les entrepreneurs démarrent leurs propres entreprises pour une variété de raisons (motivations) autres que pour la maximisation des recettes économiques (Wiklund et al., 2003).

2.6.2 Les catégories des motivations entrepreneuriales

Plusieurs études, sur les motivations entrepreneuriales, ont été faites et testées empiriquement auprès des entrepreneurs déjà en fonction dans différents pays à travers le monde avec des conclusions semblables (Begley et Tan, 2001; Young, 1983). Celles-ci révèlent que les motivations entrepreneuriales sont des résultats d'une interaction entre les facteurs environnementaux (Feeser et Dugan, 1989; Scott et Anderson, 1992), personnels et économiques

(Freytag et Thurik, 2007). En outre, d'après Kuratko et ses collègues (1997), il existerait quatre principaux facteurs de motivations entrepreneuriales. Les mêmes facteurs ont été utilisés dans d'autres recherches subséquentes (Benzing et al., 2009; Benzing et Chu, 2009; Robichaud et McGraw, 2008; Shane et al., 2003). Ces facteurs sont les suivants:

- ✓ La recherche des récompenses extrinsèques;
- ✓ La recherche de l'indépendance ou l'autonomie;
- ✓ La recherche des récompenses intrinsèques; et
- ✓ La recherche de la sécurité familiale.

2.6.2.1 Avoir les récompenses extrinsèques

Les récompenses extrinsèques (ou les motivations extrinsèques) représentent l'ensemble des variables motivationnelles associées au gain monétaire c'est-à-dire des raisons économiques (Robichaud et McGraw, 2008). Ceci dit, l'individu décide de faire de l'entrepreneuriat dans le but d'obtenir quelque chose sous forme de sécurité économique à long terme (par exemple augmenter le revenu, créer de l'emploi, gagner sa vie, gagner de l'argent, le désir de satisfaire les besoins primaires, les besoins de la sécurité financière, etc.) (Letowski, 1992). À noter que les entrepreneurs qui ont des motivations extrinsèques se trouvent en général dans des pays sous-développés (Benzing et al., 2009; Benzing et Chu, 2009; Bewayo, 1995). Cependant, ce n'est pas toujours le cas : il existe quelques exceptions comme l'Uganda et le Sri Lanka, deux pays en voie de développement, dans lesquels on trouve que la pauvreté ne constitue pas un facteur crucial qui pousse les gens à s'orienter vers l'entrepreneuriat (Rosa, Kodithuwakku et Balunywa, 2006).

2.6.2.2 L'indépendance

L'indépendance fait référence aux variables associées au besoin d'être propriétaire et d'avoir un contrôle interne (Janssen, 2009). Elles incluent le désir d'avoir l'autonomie en prenant le contrôle de sa vie, la volonté d'être capable de faire les choix personnels pour soi, la volonté de prendre la responsabilité et d'utiliser son propre jugement pour sa propre vie au lieu de vivre des efforts d'autres personnes, etc.…(Shane et al., 2003).

Rapport-Gratuit.com

Ceux qui veulent suivre leurs propres objectifs, maintenir leur liberté personnelle, développer leurs propres plans d'action et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs ont besoin d'autonomie, c'est-à-dire être leur propre patron (Robichaud et McGraw, 2008). Ces gens seraient plus à l'aise avec une activité entrepreneuriale, car le rôle d'entrepreneur implique l'indépendance et l'autonomie (Aldridge, 1997; Hornaday et Aboud, 1973).

2.6.2.3 Récompenses intrinsèques

Les récompenses intrinsèques incluent des récompenses psychologiques et des variables cognitives en rapport avec les motivations personnelles telles que l'autosatisfaction et la croissance personnelle (Kuratko et al., 1997). Dans ce cas, l'individu décide de faire la carrière entrepreneuriale pour le plaisir et par la satisfaction qu'il en retire (Benzing et al., 2009) ou pour créer le patrimoine personnel (Letowski, 1992). En d'autres termes, les récompenses intrinsèques incluent le souci d'accomplissement personnel ainsi que le goût d'entreprendre et de diriger (Duchéneaut, 1996).

2.6.2.4 Sécurité de la famille

En comparaison avec la motivation intrinsèque, les motivations liées à la sécurité de la famille sont en rapport avec les buts altruistes tels que la volonté de veiller au bien-être de son entourage (sa famille) (Stefanovića et al., 2011). Elles incluent la volonté d'assurer autant que possible l'existence, à long terme, de l'emploi aux membres de sa famille, par exemple en travaillant avec eux et en transmettant l'entreprise aux membres de sa famille lors de la retraite, ce qui permettra aussi d'obtenir l'assurance de la pérennité de l'organisation.

À noter que les entrepreneurs ayant des motivations intrinsèques, celles liées à la sécurité familiale, au désir pour l'indépendance ou l'autonomie, se trouvent en général dans des pays développés comme le Canada et les États-Unis (Benzing et Chu, 2009; Hisrich, 1985).

Il nous semble nécessaire de souligner aussi que d'après la littérature, les motivations entrepreneuriales ne sont pas statiques, mais plutôt dynamiques c'est-à-dire qu'elles ne sont pas nécessairement liées; elles peuvent, donc, varier en fonction de l'étape où arrive le processus entrepreneurial (Schjoedt et Shaver, 2007; Shane et al., 2003).

Celles qui poussent les gens vers l'accession à la carrière entrepreneuriale peuvent être différentes de celles qui sont liées au développement de la carrière. Par exemple avant d'être entrepreneur, un individu peut avoir la volonté de faire beaucoup d'argent; mais une fois entrepreneur, il peut réaliser que cela demande beaucoup trop de travail et qu'il préfère se contenter de gérer son entreprise correctement avec un niveau de revenu acceptable, car il n'est pas prêt de faire des sacrifices pour aller chercher des revenus supplémentaires.

2.6.3 Les motivations entrepreneuriales en milieu universitaire

Ces dernières années, nous avons noté un intérêt croissant pour les raisons qui motivent les étudiants universitaires à prendre part à la carrière entrepreneuriale (D'Este et Perkmann, 2011; D'Este et Patel, 2007). Comme c'est bien connu, les entreprises créées par les gens qui ont fréquenté l'université (par exemple les étudiants) sont très importantes parce qu'elles contribuent au développement de l'économie locale par la création d'emplois ainsi que la richesse; d'autant qu'elles sont les instruments clés pour effectuer le transfert des connaissances développées dans les universités, qui sont cruciales pour l'innovation (D'Este et Perkmann, 2011; Shane, 2004).

Les motivations entrepreneuriales en milieu universitaire ont été catégorisées en deux groupes, à savoir les motivations « PULL » et « PUSH ». Les motivations dites PULL sont les raisons positives par lesquelles un individu décide de devenir entrepreneur, c'est-à-dire l'entrepreneuriat d'opportunité. Alors que les motivations dites PUSH sont des raisons de nécessité qui poussent l'individu à accéder à la carrière entrepreneuriale comme un moyen de vaincre des situations difficiles, c'est-à-dire l'entrepreneuriat de nécessité (Janssen, 2009; Rosa et al., 2006). Les recherches ont permis d'identifier les principales motivations PULL et PUSH qui pousseraient les étudiants universitaires à faire la carrière entrepreneuriale. Elles sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Tableau1. Les motivations entrepreneuriales PULL et PUSH en milieu universitaire

Les motivations « PULL »	
La motivation	Source
1. Accomplir le développement de sa carrière	(Greenbank, 2001)
2. Acquérir des nouvelles connaissances et des compétences	(D'Este et Perkmann, 2011; D'Este et Patel, 2007; Meyer-Krahmer et Schmock, 1998)
3. Exploiter et capitaliser sur les opportunités perçues par les universités dans un secteur donné.	(Shane et Venkataraman, 2000)
4. Fournir un service aux étudiants	(Meyer-Krahmer et Schmock, 1998; Siegel, Waldman, Atwater et al., 2004)
5. Chercher la richesse	(Hisrich et Brush, 1986)
6. Avoir de la satisfaction personnelle	(Lumpkin et Dess, 1996)
7. Imiter son modèle de référence	(Dunn et Holtz-Eakin, 2000)
8. Avoir la croyance que cela ne perturbera pas sa carrière académique	(Ambos, Makela, Birkinshaw et al., 2008)
Les motivations « PUSH »	
1. Avoir un revenu insuffisant	(Shane et al., 2003; Tagiuri et Davis, 1992)
2. Avoir eu des mécontentements ou de l'insatisfaction au travail	(Alstete, 2002)
3. Avoir manqué de partenaire industriel capable de commercialiser le nouveau produit / technologie	(Eun, Lee et Wu, 2006)
4. Être sous-pression de la part des universitaires pour prendre part aux activités entrepreneuriales	(Van Dierdonck et Debackere, 1988)

À noter aussi que, les résultats de l'étude du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sur le Québec en 2013 (St-Jean et Tremblay, 2014), montrent que la proportion du total de l'activité entrepreneuriale émergente[3] d'opportunité est moins grande (7,6%) par rapport au reste du Canada (10,5%). Par contre, les mêmes données indiquent que le total de l'activité entrepreneuriale émergente de nécessité, en ce qui concerne les entrepreneures qui démarrent une entreprise, est moins important au Québec par rapport au reste du Canada, 1,1 % des entrepreneurs québécois contre 2,1 % des entrepreneurs dans le reste du Canada. Enfin, ces résultats soulignent que la grande part du total de l'activité entrepreneuriale émergente au Québec est en rapport avec le démarrage d'une entreprise pour exploiter une opportunité (87%), comparativement au reste du Canada où elle se situe à 83%.

2.7. Les hypothèses de recherche.

Selon la théorie sociocognitive de Lent et al. (2002), l'auto-efficacité et les résultats attendus sont susceptibles de développer des intentions à propos d'une carrière donnée, ce qui amènera éventuellement à se fixer des buts. De ce fait, avant de proposer les hypothèses de notre recherche, nous allons voir les relations existantes entre les variables dépendantes (l'intention, la fixation des buts) avec les éléments clés de la théorie de Vroom, (1964) à savoir la valence, l'expectation ainsi que l'instrumentalité.

2.7.1. Relation entre l'intention entrepreneuriale et l'auto-efficacité ainsi que les résultats attendus (Vroom, 1964)

La TSC mentionne que l'auto-efficacité et les résultats attendus favorisent le développement des intentions à propos du choix de carrière. Par analogie, nous pouvons déduire que les éléments clés de la théorie des résultats attendus de Vroom (1964) pourraient contribuer aussi au développement de l'intention entrepreneuriale.

[3] Le total de l'activité entrepreneuriale émergente est composé par les entrepreneurs naissants et les nouveaux entrepreneurs combinés (St-Jean et Tremblay, 2014)

De plus, vu que celle-ci est un état cognitif, une conviction auto reconnue par une personne qui projette de démarrer dans le futur, à un endroit précis, une nouvelle entreprise (Thompson, 2009), cela nous laisse croire encore que la valence, l'instrumentalité et l'expectation influencent l'intention entrepreneuriale, car ces éléments seraient plus proches aux facteurs cognitifs qu'aux facteurs comportementaux (Kanfer, 1990; Van Eerde et Thierry, 1996; Vroom, 1964). En outre, comme nous l'avons déjà vu précédemment, la théorie des résultats attendus de Vroom (1964) serait très proche aux deux théories qui prédisent l'intention entrepreneuriale, notamment la théorie de comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), (Gatewood et al., 2002).

Les recherches antérieures ont déjà prouvé l'existence d'une relation positive entre l'auto-efficacité et l'intention (Baker-Eveleth et Stone, 2008; Campo, 2011). Par exemple Baker-Eveleth et Stone (2008) ont conduit une étude qui avait comme objectif de déterminer si les trois facteurs à savoir l'expérience antérieure dans l'utilisation de l'ordinateur, la facilité de l'usage du système et le support de l'administrateur du logiciel sont liés à intentions d'utiliser le nouveau logiciel à travers l'auto-efficacité et les résultats attendus (utilité). Cette étude a été conduite à l'Université d'Idaho aux États-Unis d'Amérique. L'échantillon était composé par 154 répondants. 27% de l'échantillon était des femmes alors que 73% de celle-ci était des hommes. 51 % des répondants étaient âgés entre 50-59 ans. Les résultats nous indiquent qu'il y a une relation significativement positive entre les résultats attendus suite à l'installation d'un nouveau logiciel informatique (Système digital) (la facilité de l'usage du système et le support de l'administrateur du logiciel), l'auto-efficacité (l'expérience antérieure dans l'utilisation de l'ordinateur) et l'intention de l'utiliser. Autrement dit, ces trois facteurs ont un impact positif sur l'auto-efficacité et sur les attentes de ses futurs utilisateurs; ce qui aura, bien sûr, des effets positifs sur leur intention de l'utiliser.

En outre, l'étude de Campo (2011) avait comme but de voir si le genre pourrait jouer un rôle modérateur entre l'auto-efficacité et le développement de l'intention entrepreneuriale au sein de la population d'une région appelée Barranquilla en Colombie (Amérique du Sud). Les résultats n'ont pas fourni une évidence pour considérer le genre comme un médiateur dans la relation entre l'auto-efficacité et le développement de l'intention de devenir entrepreneur.

Toutefois, ces derniers montrent qu'ils existent une forte relation entre l'auto-efficacité et l'intention entrepreneuriale autant pour les hommes que les femmes.
En effet, avoir l'auto-efficacité dans la reconnaissance d'opportunité (une nouvelle idée viable), dans la planification et le fait de savoir s'entourer par des personnes compétentes ont une incidence positive sur l'intention d'entreprendre.

2.7.2. Relation entre la fixation de buts à l'égard d'une carrière et l'auto-efficacité ainsi que les résultats attendus (Vroom, 1964)

Dans la vie, il est primordial d'établir les objectifs utiles et importants pour qu'on puisse s'y engager sans réserve; ce qui augmentera les probabilités de les atteindre (Ajzen, 1991; Webb et Sheeran, 2007). La détermination de ce genre d'objectifs est basée sur la croyance que ceux-ci sont à la fois très désirables et faisables (Ajzen, 1991; Bandura, 1997; Gollwitzer, 1990; Klinger, 1975; Locke et Lathan, 1990). La valence et l'instrumentalité, qui constituent le caractère désirable, comprennent les croyances au sujet de l'attrait de conséquences attendues à court et à long terme suite à la réalisation des objectifs (Heckhausen, 1977).

L'expectation, le caractère de la faisabilité, fait référence aux attentes que les événements futurs et actions aient lieu (Gollwitzer, 1990). Cela pourrait inclure les attentes ou les croyances d'un individu en ses capacités à exécuter un comportement nécessaire pour obtenir un résultat spécifique, ce qui permettra ainsi d'atteindre les objectifs fixés (c'est-à-dire l'auto-efficacité) (Bandura, 1977, 1997; Maddux, 1999; Oettingen et Mayer, 2002; Vancouver, Thompson et Williams, 2001; Vroom, 1964).

Par analogie, cela voudrait dire que la fixation des objectifs entrepreneuriaux à atteindre dépendrait de l'importance accordée à ce que l'on vise dans la carrière entrepreneuriale (valence), en tenant compte que les actions permettront d'atteindre ces objectifs (instrumentalité) et en considérant aussi que leurs croyances dans la capacité de les réaliser (expectation) (Rogers et al., 2008; Vroom, 1964; Webb et Sheeran, 2007).

Étant donné la relation existante entre la théorie des résultats attendus de Vroom (1964) et l'intention entrepreneuriale ainsi qu'à la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale, nous proposons la série d'hypothèses suivantes :

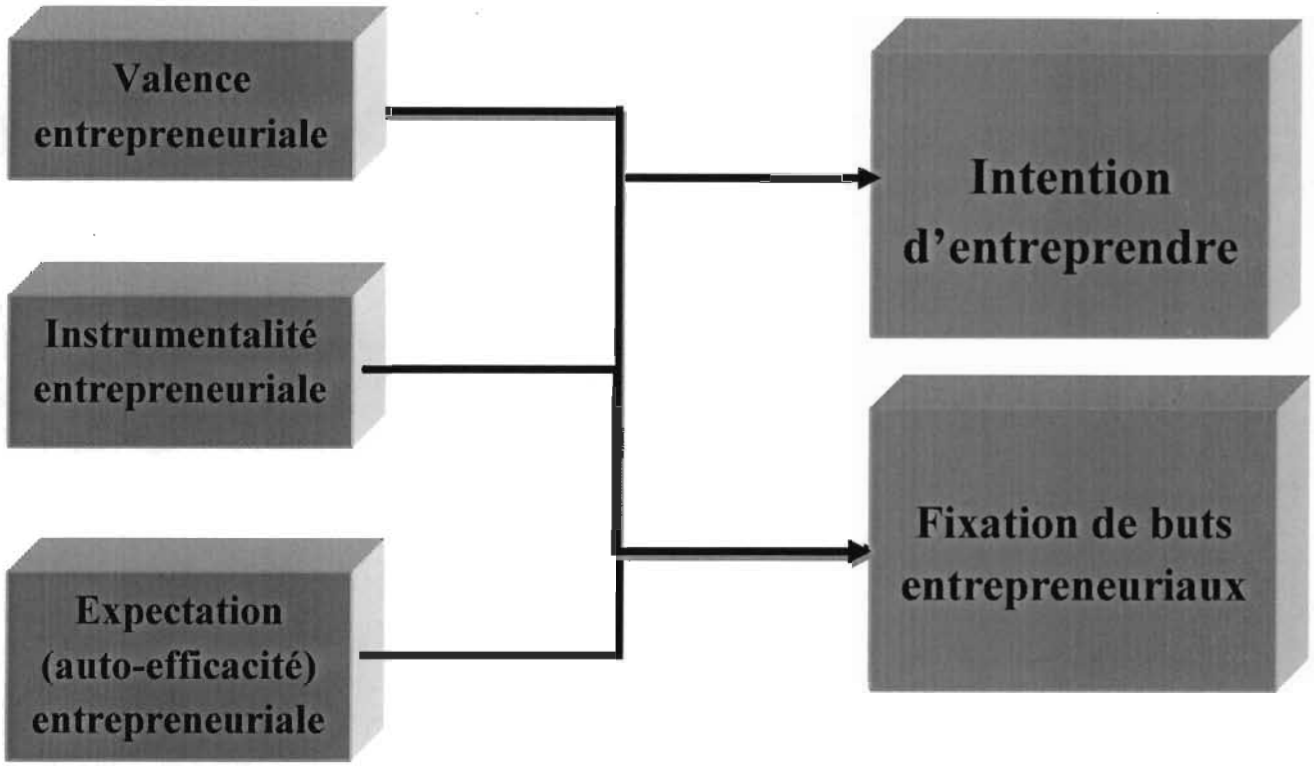
H1a: Il existe une relation positive entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.

H1b: Il existe une relation positive entre l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.

H2a : Il existe une relation positive entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires.

H2b: Il existe une relation positive entre l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires.

2.8. Le modèle conceptuel



Avec les hypothèses présentées ci-dessus, nous concluons la revue de littérature. Le chapitre suivant sera consacré à la présentation de la méthodologie utilisée pour faire cette recherche.

CHAPITRE III : MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Dans ce chapitre, nous présenterons la méthodologie de recherche adoptée pour tester les hypothèses proposées. C'est dans ce cadre que notre travail sera structuré de façon suivante : nous commencerons dans un premier temps par la présentation de la population ciblée dans cette étude, dans un second temps, nous discuterons plus spécifiquement de l'échantillonnage, ensuite nous verrons successivement de la stratégie de recherche utilisée, la méthode de collecte des données, les instruments de mesure optés, puis nous conclurons par la présentation de méthode d'analyses et tests statistiques.

3.1. La population ciblée

Dans notre étude, nous travaillons sur une base de données existante. La population ciblée est les étudiants universitaires. Au total, 1810 répondants ont accepté de participer à la première phase d'une enquête longitudinale. Les répondants étudient au Québec (64%), en Belgique (18,5%), en France (9,5%) et en Algérie (8%). Toutefois, les questions associées aux résultats attendus ont été posées dans la phase de suivi 6 mois; dès lors, seuls les étudiants québécois ont reçu ce questionnaire, ce qui empêche de faire des analyses avec les autres nationalités. De ce fait, pour les besoins du mémoire, seuls les étudiants québécois seront utilisés dans les analyses, ce qui évite aussi les biais culturels potentiels trop importants. La participation des étudiants universitaires à l'étude a été faite de façon volontaire. Le total des répondants du Québec est de 1158, soit 64 % des 1810 répondants.

À noter que, pour chaque université, les cours en entrepreneuriat ont été identifiés et inscrits dans les questionnaires en ligne.

La population totale peut se résumer dans le tableau ci-après :

Tableau 2: La population totale étudiée

UQTR	Université du Québec à Trois Rivières	279
UQO	Université du Québec à Outaouais	39
UQAT	Université du Québec à Abitibi-Témiscamingue	5
UQAR	Université du Québec à Rimouski	141
	Université de Sherbrooke	268
ULAVAL	Université Laval	285
TELUQ-UQAM	TÉLUQ-Univesrité du Québec à Montréal	6
HEC Montréal	École des Hautes Études Commerciales de Montréal	5
ETS	École de Technologie Supérieure	40
	École Polytechnique de Montréal	90
	TOTAL	1158

3. 2. L'échantillonnage

Comme nous l'avons déjà souligné, seules les données collectées auprès des étudiants des universités situées au Québec seront utilisées. La méthode est non probabiliste et aucune taille spécifique d'échantillon n'a été fixée au préalable. Les étudiants ont été sollicités pour répondre à un questionnaire en ligne. L'invitation a été envoyée via un message dans les intranets étudiants ou dans les journaux institutionnels à l'automne 2010.

L'échantillonnage est donc effectué de manière volontaire à travers dix universités québécoises énumérées précédemment. À titre de rappel, il s'agit d'étudier le développement de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Autrement dit, les individus qui nous intéressent sont ceux qui sont en amont du démarrage d'une entreprise. Par conséquent, parmi la population totale, nous avons enlevé :

- les individus qui ont déjà possédé une entreprise auparavant et dont celle-ci n'est plus actuellement en opération
- les individus qui possèdent une entreprise actuellement en opération
- les individus qui sont en processus de démarrage d'une entreprise

Rapport-Gratuit.com

- les individus qui sont considérés comme des travailleurs autonomes ou vendeurs à leur compte de produits/services à d'autres.

En somme, il reste 819 étudiants après que nous ayons enlevé les individus cités précédemment. L'échantillon est composé de 40,2 % d'hommes contre 59,8 % de femmes, avec une moyenne d'âge de 24,52 ans. L'individu le plus jeune enquêté a 17 ans, tandis que le plus âgé est de 54 ans.

En général, une écrasante majorité de notre échantillon est constituée par des étudiants inscrits à plein temps avec un pourcentage de 84,1 %, contre seulement 15,9 % pour les étudiants inscrits à temps partiel.

La plupart des étudiants sont en premier cycle avec un pourcentage de 66,2 % contre 26,8 % en deuxième cycle et 7,1 % en troisième cycle. La majorité de ces étudiants c'est-à-dire 66,2 % travaillent à temps partiel contre 34,6 % qui travaillent à temps plein. Il est aussi à noter que la plupart des étudiants enquêtés sont en sciences de la gestion (34,5 %) et en sciences pures et génie (25 %). Le reste des étudiants se répartissent dans divers domaines tels que les sciences humaines et sociales (13,2 %), l'éducation (10,9 %), les sciences de la santé (6,6 %), les arts et les langues (5,2 %) ainsi que la psychologie (4,7 %).

3. 3. La stratégie de recherche

Notre étude est de type corrélationnel, car il s'agit de faire une recherche sur les relations entre plusieurs variables. En s'appuyant sur la TSC, les facteurs motivationnels sont considérés comme des antécédents de l'intention d'entreprendre et des buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale. Ainsi, nous avons les variables indépendantes qui sont les composantes de la motivation à entreprendre, c'est-à-dire de résultats attendus (la valence entrepreneuriale et l'instrumentalité entrepreneuriale) et l'expectation entrepreneuriale (auto-efficacité entrepreneuriale). Celles-ci permettent d'expliquer les variables dépendantes à savoir l'intention d'entreprendre et les buts entrepreneuriaux. De plus, notre étude est aussi déductive, car le questionnaire ainsi que nos hypothèses ont été formulés sur la base de la littérature existante. Pour ce faire, nous tenterons donc de confirmer ou d'infirmer ces hypothèses.

3. 4. Les instruments de mesure

Dans cette section, nous présenterons l'opérationnalisation des variables indépendantes, dépendantes et de contrôle. Nous commencerons d'abord par les instruments de mesure de nos variables dépendantes ensuite, celles des variables indépendantes. Nous conclurons avec la méthode d'analyse utilisée et les statistiques mises en œuvre dans le cadre de cette recherche. La majorité des mesures utilisées pour l'enquête proviennent d'outils validés dans la littérature.

3.4.1. Les variables dépendantes

Il s'agit de l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux. Les tableaux ci-dessous présentent ces variables dépendantes avec les items retenus pour leurs opérationnalisations ainsi que l'échelle utilisée pour collecter les réponses des répondants.

3.4.1.1 L'intention d'entreprendre

Dans notre étude, l'intention d'entreprendre comme variable dépendante a été opérationnalisée en se basant sur la recherche menée par Thompson (2009) qui a pour objectif de clarifier l'intention d'entreprendre de l'individu en développant une échelle valide et fiable. Il est question d'évaluer le niveau de l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Tableau 3 : Mesure de l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires (IE)

Dans quelle mesure est-ce que ces affirmations s'appliquent à votre situation ? :

Code	Étiquette	Échelle
IE1	Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise (Inverse)	*Échelle de Likert à 7 points, allant de « Tres en désaccord » à « Très en accord »* *Très en désaccord = **1*** *En désaccord =**2*** *Un peu en désaccord = **3*** *Ni en accord/ni en désaccord = **4*** *Un peu en accord = **5*** *En accord = **6*** *Très en accord = 7*
IE2	J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise	
IE3	Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise (Inverse)	
IE4	Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise (Inverse)	
IE5	Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise	
IE6	Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur?	*Échelle de Likert à 5 points allant de « 1- Pas du tout » à « 5- Enormement »*

Mentionnons que, comme nous pouvons le constater dans le Tableau 2, des échelles de mesure ont été inversées tel que prescrites pour les auteurs concernés. Ainsi, nous avons utilisé la règle de conversion suivante : 1=7; 2=6; 3=5; 4=4; 5=3; 6=2; et 7=1. Aussi, l'item IE6 utilise une échelle Likert à 5 points. Cet item ne figure pas dans l'outil original de Thompson, mais il a été ajouté afin de tenir compte de travaux précédents qui mesuraient l'intention d'entreprendre directement. Nous avons dû appliquer la conversion suivante pour cet item : 1=1; 2=2,5; 3=4; 4=5,5; et 5=7. Cela permet de respecter la proportionnalité de l'échelle, tout en s'assurant qu'elle corresponde désormais à l'étendue des autres échelles. Nous avons aussi calculé le coefficient de cohérence interne (alpha de Cronbach).

Notons que l'alpha de Cronbach est un test mathématique qui permet de faire une vérification de la validité interne des échelles de mesure; le niveau minimum pour qu'une mesure soit acceptable est de 0,70 (Nunnally, 1978).

Pour l'intention d'entreprendre, la fiabilité de la mesure est excellente, avec un alpha de Cronbach de 0,866. En outre, une analyse factorielle exploratoire indique une seule dimension pour l'ensemble des items et la première composante (le facteur) explique à elle seule 59,868 % de la variance totale. Considérant ces bons résultats au niveau de la validité et de la fidélité, nous avons utilisé la moyenne des items pour la suite.

3.4.1.2 Les buts entrepreneuriaux

Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes inspirés des travaux de Rogers, Creed & Ian Glendon, (2008) pour déterminer et mesurer les principaux buts et leurs intensités à l'égard de la carrière d'entrepreneuriale.

Tableau 4 : Mesure des buts entrepreneuriaux (BE) des étudiants universitaires.

La question qui était posée était la suivante : « Nous aimerions maintenant connaître la clarté et l'intensité des buts entrepreneuriaux que vous souhaitez poursuivre ». À noter que cette question était posée seulement aux répondants ayant répondu autre chose que « pas du tout » à la question IE6 sur l'intention d'entreprendre. Dès lors, même si nous avons perdu de la variance sur cet item (en excluant des répondants), nous avons gagné en cohérence pour les répondants.

Code	Étiquette	Échelle
BE1	J'ai un ensemble clair de buts pour mon avenir en tant qu'entrepreneur.	*Échelle de Likert à 7 points, allant de « Très en désaccord » à « Très en accord »* *Échelle :* *Très en désaccord = 1* *En désaccord = 2* *Un peu en désaccord = 3* *Ni en accord/ ni en désaccord = 4* *Un peu en accord = 5* *En accord = 6* *Très en accord = 7*
BE2	Mes idées sont claires quant aux mesures immédiates que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.	
BE3	Mes idées sont claires quant aux mesures à court terme (c.-à-d., dans les 6-12 prochains mois) que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.	
BE4	Mes idées sont claires quant aux mesures à long terme (c.-à-d, plus de 12 mois dans le futur) que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.	
BE5	Je prends les mesures nécessaires pour atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.	

Une analyse factorielle exploratoire indique une seule dimension pour l'ensemble des items et la première composante (le facteur) explique à elle seule 73,26 % de la variance totale. En ce qui concerne la fiabilité de la mesure, un alpha de Cronbach de 0,908 est à noter à l'égard de buts entrepreneuriaux. Considérant ces bons résultats au niveau de la validité et de la fidélité, nous avons utilisé la moyenne des items pour la suite.

3. 4. 2. Les variables indépendantes

3.4.2.1 Les résultats attendus

Il s'agit des deux variables qui composent les résultats attendus à savoir : la valence et l'instrumentalité. Le tableau ci-dessous présente les variables indépendantes avec les items retenus pour leur opérationnalisation ainsi que l'échelle utilisée pour collecter les réponses des répondants.

Tableau 5: Mesure de l'instrumentalité entrepreneuriale (IE) des étudiants universitaires

La question posée était la suivante : « Selon vous, quelle est la probabilité que la carrière d'entrepreneuriale amène les résultats suivants ? »

Code	Étiquette	Échelle
OEP1H	Une grande autonomie	*Échelle de Likert à 5 points allant de « Nulle » à « Énorme »* *Nulle=1* *Faible=2* *Modéré=3* *Grande=4* *Énorme=5*
OEP2H	Beaucoup de stress/de pression (inversé)	
OEP3H	Des récompenses financières	
OEP4H	Un sentiment d'accomplissement personnel	
OEP5H	Diminution importante des temps libres pour la famille ou les loisirs (inversé)	
OEP6H	Des améliorations dans la société et à l'environnement	

Comme nous pouvons constater dans le Tableau 5, des échelles de mesure ont été inversées pour obtenir une formulation positive à tous les items. À titre d'exemple, si l'échelle de mesure normale va dans le sens *« de Nulle (1) à Énorme (5) »*, l'échelle de mesure inversée va dans le sens *« de Énorme (1) à Nulle (5) »*.

Il nous semble évident de préciser que, ici, nous n'utilisons pas une mesure combinée des résultats attendus, mais plutôt chacune des dimensions séparées. En outre, nous multiplions chacun des items (instrumentalité X valence) pour chacune des dimensions.

Sur ce, il n'est pas nécessaire de faire les analyses pour tous les items de l'instrumentalité, puis de tous les items de la valence.

Tableau 6 : Mesure de la valence entrepreneuriale (VE) des étudiants universitaires

La question posée était la suivante : « Dans quelle mesure souhaitez-vous que votre carrière amène les résultats suivants ? » :

Code	Étiquette	Échelle
OES1H	Une grande autonomie	*Échelle de Likert à 5 points allant de « Pas du tout » à « Énormément »* *Pas du tout=1* *Un peu=2* *Modérément=3* *Beaucoup=4* *Énormément=5*
OES2H	Très peu de stress/de pression	
OES3H	Des récompenses financières	
OES4H	Un sentiment d'accomplissement personnel	
OES5H	Beaucoup de temps pour les loisirs ou la famille	
OES6H	Des améliorations dans la société et à l'environnement	

Notons que dans le cadre de cette recherche, les mesures liées aux variables indépendantes ont été tirées des travaux de plusieurs auteurs. En effet, au niveau de l'attente de résultats, à notre connaissance, aucune mesure validée et testée n'est existante dans la littérature en entrepreneuriat.

Nous nous sommes inspirés des travaux de plusieurs auteurs sur la motivation des entrepreneurs par exemple : (Bellu et Sherman, 1995; Carsrud, 2011; Cassar, 2007; Krueger et al., 2000; Naffziger, Hornsby et Kuratko, 1994; Segal et al., 2005), pour déterminer les principales attentes à l'égard de la carrière entrepreneuriale, par exemple l'autonomie, les récompenses financières, le contrôle de l'horaire, etc.

En outre, nous avons sollicité trois chercheurs en entrepreneuriat très reconnus dans le domaine selon la méthode Delphi, où ils ont fait parvenir une courte liste des éléments motivationnels et nous avons fait un retour avec la liste combinée de leurs suggestions. Aucun ajout ou retrait n'a été suggéré pour le 2e tour.

Au début du questionnaire, nous avons vérifié l'importance de ces aspects dans le choix de leur carrière (valence) et vers la fin, nous leur avons demandé dans quelles mesures ils estimaient que le fait d'être un entrepreneur permettait d'atteindre ces résultats de carrière (instrumentalité). Il est question ici d'évaluer le niveau de l'instrumentalité et de la valence entrepreneuriale des étudiants universitaires.

Nous avons d'abord recodé avec l'échelle inversée les items de l'instrumentalité qui étaient formulés à la négative (OEP2H : beaucoup de stress / de pression et OEP5H : diminution importante des temps libres pour la famille ou les loisirs).

Ensuite, la théorie de résultats attendus révèle que la motivation comportementale est une fonction qui associe à la fois les attentes de gens que l'exécution d'une action produise les résultats souhaités et l'ampleur de la valeur ils accordent à ces résultats (Schunk, 1991; Vroom, 1964). Autrement dit, ce qui motive un individu à réagir c'est le fait d'avoir un but attirant (la valence), avec la croyance que c'est accessible (instrumentalité). Cela nous amène à considérer la motivation (résultat attendu) comme un produit de la valence et l'instrumentalité (V*I). De ce fait, dans nos analyses, nous avons multiplié chacun des items de la valence à celui correspondant pour l'instrumentalité, de manière à former une mesure des résultats attendus selon les six (6) dimensions.

3.4.2.2 L'expectation entrepreneuriale (EE) ou auto-efficacité entrepreneuriale (ESE)

Les mesures de l'expectation entrepreneuriale (EE) ou auto-efficacité entrepreneuriale (ESE) des étudiants universitaires ont été inspirées de travaux de McGee et al., (2009). Selon ces auteurs, l'auto-efficacité entrepreneuriale comprend cinq dimensions : l'identification d'opportunités, la planification, la définition de la finalité de l'entreprise (vision), les compétences humaines/conceptuelles et les compétences financières.

Tableau 7: Mesure de l'expectation entrepreneuriale (EE) ou auto-efficacité entrepreneuriale (ESE) des étudiants universitaires en (5 sous-composantes).

Les cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été mesurées de la manière suivante: « Quel est votre niveau de confiance en votre habileté à ? » :

La mesure des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale

Cinq sous composantes de l'auto-efficacité entrepreneuriale	Code	Étiquette	Échelle
1. Reconnaissance d'opportunité: ESEOR *« Searching »*	ESEOR1 ESEOR2 ESEOR3 ESEOR4	-Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même - Faire un brainstorming avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service - Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service - Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients	*0% = 0* *0 à 10% = 1* *10 à 20% = 2*
2. Planification : ESEPLA *« Planning » :*	ESEPLA1 ESEPLA2 ESEPLA3 ESEPLA4	- Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service - Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service - Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise - Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service	*20 à 30% = 3* *30 à 40% = 4*
3. Définition de la finalité principale de l'entreprise : VIS *« Marshaling »*	ESEVIS1 ESEVIS2 ESEVIS3	- Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise - Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres) - Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours	*40 à 50% = 5* *50 à 60 % = 6*
4. Compétences humaines et « conceptuelles » : ESEHCC *« Implementing-people »*	ESEHCC1 ESEHCC2 ESEHCC3 ESEHCC4 ESEHCC5 ESEHCC6	-Superviser des employés - Recruter et embaucher des employés - Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise - Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours - Inspirer, encourager et motiver mes employés - Former mes employés	*60 à 70% = 7* *70 à 80% = 8*
5. Compétences financières : ESEFC *« Implementin-financial »*	ESEFC1 ESEFC2 ESEFC3	- Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise - Gérer les actifs financiers de mon entreprise - Lire et interpréter les états financiers	*80 à 90% = 9* *90 à 100% =10*

Le Tableau 7 met en évidence la mesure de chacune des cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale avec leurs items respectifs. Ces différentes dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été mesurées avec une échelle qui va de 0 % à 100 % et se répartit par tranche de 10, comme nous l'avons montré précédemment.

En ce qui concerne la reconnaissance d'opportunité, l'alpha de Cronbach est de 0,842. En outre, l'analyse factorielle exploratoire indique que la première composante de la reconnaissance d'opportunité explique à elle seule 68,038 % de la variance totale.
Ensuite, l'alpha de Cronbach est de 0,804 concernant la planification. Après que nous ayons procédé à l'analyse factorielle, nous déduisons que la composante principale permet d'expliquer 63,532 % de la variance totale.

L'alpha de Cronbach à l'égard de la définition de la finalité principale de l'entreprise est quant à lui de 0,811. En outre, la composante principale peut expliquer 72,646 % de la variance totale.

En ce qui concerne les compétences humaines et conceptuelles, l'alpha de Cronbach est de 0,897. Par ailleurs, la composante principale de la reconnaissance d'opportunité explique à elle seule 66,186 % de la variance totale.

À propos de la dimension *« Compétences financières »*, l'alpha de Cronbach est de 0,934. Après avoir procédé à l'analyse factorielle, nous avons constaté 88,498 % de la variance expliquée en un seul facteur.

Par conséquent, considérant ces bons résultats au niveau de la validité et de la fidélité, toutes les mesures de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été calculées à la moyenne et seront utilisées ainsi pour la suite.

Rapport-Gratuit.com

3.4.3 Les variables de contrôle

Pour mieux faire notre analyse, certaines variables ont été contrôlées pour assurer le pouvoir explicatif des variables indépendantes sur l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux. Ces variables de contrôle représentent quelques caractéristiques sociodémographiques. Il s'agit du sexe, de l'âge, du nombre d'enfants à charge, du niveau d'étude inscrit actuellement et du fait d'avoir une famille en affaires, toutes des variables pouvant influencer l'intention d'entreprendre ou la motivation.

Le tableau 8 montre les mesures utilisées pour opérationnaliser les variables :

Profil sociodémographique

Étiquette	Échelle
Sexe	Homme/Femme : *Échelle : Homme = 0; Femme = 1*
Âge	Quel est votre âge? *Échelle : âge en année*
Nombre d'enfants à charge	Combien d'enfants avez-vous à votre charge? (*Échelle : 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6 et + (avec 0=1....6 et+=7)*
Niveau d'étude inscrit actuellement	Universitaire premier cycle 1 Universitaire deuxième cycle 2 Universitaire troisième cycle 3

La cinquième variable de contrôle est le fait d'appartenir à une famille en affaires. Ici, nous avons utilisé les variables de Carr et Sequeira (2007), telles que présentées dans le Tableau 8.

Tableau 9 : La mesure de l'exposition préalable à une entreprise familiale

Étiquette	Échelle
Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ?	*Échelle OUI=1; NON=0*
Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ?	
Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ?	

À noter que, ici, on a fait une addition, notamment car c'était des items avec échelle binaire (0/1) selon que le répondant était dans la situation évoquée. Il s'agit d'un outil formatif, et non réflexif, ce qui veut dire que la méthode pour estimer la validité et la fidélité est différente.

3.5. Méthodes d'analyses tests statistiques

Dans cette section, pour mieux percevoir les caractéristiques de notre échantillon, une analyse descriptive des différentes variables de notre étude sera présentée. Ensuite, une analyse des corrélations sera également présentée afin de détecter les éventuels problèmes de multi colinéarité et de confirmer la pertinence et la cohérence globale des données recueillies.

Une telle analyse nous permettra également de voir la structure des relations entre les variables de l'étude. Pour conclure, nous aurons recours à des régressions linéaires multiples pour évaluer l'apport de chacune des variables indépendantes à l'explication de l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux.

La méthodologie étant exposée, le chapitre suivant sera consacré à la présentation des résultats et leur interprétation.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

CHAPITRE 4: LA PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Dans ce chapitre, nous présenterons les résultats des analyses statistiques faites pour valider ou rejeter les hypothèses de cette recherche. Pour ce faire, une première section est consacrée à l'analyse corrélationnelle et une deuxième à la présentation des analyses de régression.

4.1 Analyse corrélationnelle

Les résultats de l'analyse corrélationnelle nous permettent de voir le sens et la force entre les variables indépendantes et les variables dépendantes. De ce fait, le coefficient de corrélation de Pearson (r) est utilisé pour quantifier la direction et l'amplitude de la relation entre ces variables. Pour ce coefficient de Pearson, étant compris entre -1 et +1, une valeur de (r) qui se rapproche de -1 ou de +1 révèle que les relations entre les variables sont fortes. De plus, la valeur négative du coefficient désigne que les relations entre les variables évoluent dans le sens contraire tandis que la valeur positive du coefficient désigne que les relations entre les variables évoluent dans le même sens. En outre, l'interprétation de l'intensité des relations entre les variables peut être faite de façon suivante (Daghfous, 2006):

- La valeur du coefficient de Pearson (*r*) se trouvant entre 0 et 0,10 montre la corrélation est négligeable;
- La valeur du coefficient de Pearson (*r*) se trouvant entre 0,10 et 0,30 montre que la corrélation est faible;
- La valeur du coefficient de Pearson (*r*) se trouvant entre 0,30 et 0,50 montre que la corrélation est modérée;
- La valeur du coefficient de Pearson (*r*) se trouvant entre 0,50 et 0,70 montre que la corrélation est forte; et
- La valeur du coefficient de Pearson (*r*) se trouvant entre 0,70 et 1,00 montre une corrélation très forte.

D'une manière générale, le Tableau 10 présente les moyennes, écarts-types et corrélations entre les variables indépendantes (la valence, l'instrumentalité et l'auto-efficacité entrepreneuriale) ainsi que les variables dépendantes (l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux).

Ce tableau démontre qu'il existe une relation significative entre l'auto-efficacité entrepreneuriale, l'intention d'entreprendre et la fixation des buts entrepreneuriaux. Nous constatons que les variables auto-efficacité entrepreneuriale sont positivement corrélées avec l'intention d'entreprendre, soit la reconnaissance d'opportunité (r = 0,416; $p \leq$ 0,01), la planification (r = 0,504; $p \leq$ 0,01), la définition de la finalité principale de l'entreprise (r = 0,463; $p \leq$ 0,01), les compétences humaines et conceptuelles (r = 0,294; $p \leq$ 0,01) ainsi que les compétences financières (r = 0,352; $p \leq$ 0,01). Nous constatons encore que les variables auto-efficacité entrepreneuriale sont positivement corrélées avec la fixation des buts entrepreneuriaux, soit la reconnaissance d'opportunité (r = 0,276; $p \leq$ 0,01), la planification (r = 0,447; $p \leq$ 0,01), la définition de la finalité principale de l'entreprise (r = 0,395; $p \leq$ 0,01), les compétences humaines et conceptuelles (r = 0,251; $p \leq$ 0,01) et les compétences financières (r = 0,282; $p \leq$ 0,01). En d'autres mots, les étudiants universitaires présentant l'auto-efficacité entrepreneuriale élevée dans la reconnaissance d'opportunités d'affaires, la planification, les compétences humaines et conceptuelles, les compétences financières et la définition principale de la finalité de l'entreprise présentent également une intention d'entreprendre élevée et des objectifs entrepreneuriaux clairs.

De plus, ce tableau nous montre qu'il existe certaines relations significatives entre les composantes de résultats attendus (valence et l'instrumentalité) et l'intention d'entreprendre. Nous constatons que les variables de résultats attendus sont positivement corrélées avec l'intention d'entreprendre, soit la grande autonomie (r = 0,180; $p \leq$ 0,01), des récompenses financières (r = 0,211; $p \leq$ 0,05), un sentiment d'accomplissement (r = 0,170; $p \leq$ 0,01), et l'amélioration dans la société et l'environnement (r = 0,200; $p \leq$ 0,01). Par contre, il n'y a pas une relation significative entre les variables : beaucoup de stress (inversé), diminution du temps (inversé) et l'intention d'entreprendre.

Autrement dit, les étudiants universitaires qui ont une croyance élevée en ce que la carrière entrepreneuriale leur permettra d'atteindre les résultats escomptés (instrumentalité entrepreneuriale) soit, une grande autonomie, des récompenses financières, un sentiment d'accomplissement personnel ainsi que des améliorations dans la société et à l'environnement, et, qui estiment que ceux-ci ont une grande valeur pour eux (valence entrepreneuriale) présentent également une intention d'entreprendre plus marquée.

Nous constatons encore qu'il n'existe pas une relation significative entre les variables de résultats attendus, soit la grande autonomie, beaucoup de stress (inversé), récompenses financières, sentiment d'accomplissement, diminution du temps (inversé) et l'amélioration dans la société avec la fixation des buts entrepreneuriaux.

En outre, en ce qui concerne les variables de contrôle à savoir (le sexe, l'âge, le nombre d'enfants en charge, le niveau d'étude et l'entreprise familiale), nous constatons que le sexe est négativement corrélé à l'intention d'entreprendre soit (r = -0,264; $p \leq 0,01$) et à la fixation de buts entrepreneuriaux soit (r = -0,134; $p \leq 0,01$). Autrement dit, les hommes ont une intention d'entreprendre plus développée et ils sont plus disposés à se fixer les buts entrepreneuriaux par rapport aux femmes. Une relation positive est constatée entre l'âge et l'intention d'entreprendre, soit (r = 0,105; $p \leq 0,01$). De même, la variable entreprise familiale ou famille en affaire est positivement corrélée avec l'intention d'entreprendre soit (r = 0,186; $p \leq 0,01$) et la fixation de buts entrepreneuriaux, soit (r = 0,122; $p \leq 0,01$). En effet, il est confirmé que le fait d'appartenir à une famille en affaires influence les enfants (étudiants) à choisir une carrière entrepreneuriale. L'analyse a montré que les variables de contrôle : nombre d'enfants en charge et niveau d'étude n'ont aucune relation significative avec l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux.

Tableau 10 : Moyenne, Écart type et corrélation des variables

Variables	Moyenne	Écart-type	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. Sexe	.62	,487	1,00																	
2. Âge	24,73	4,599	,017	1,00																
3. Enfant en charge	1.19	,675	,042	,589**	1,00															
4. Niveau d'étude	1.50	,657	-,001	,300**	,078*	1.00														
5. Entreprise fam.	1.347	,993	,005	,033	-,006	-,086*	1,00													
6. AEE-Oppt	6,295	2,083	-,159**	,069	,007	,023	,086*	1,00												
7. AEE-Planific.	4,971	2,195	-,135**	,034	-,002	-,042	,203**	,532**	1,00											
8. AEE-Finalité	6,405	2,125	-,103**	,057	,024	-,072	,120**	,582**	,619**	1,00										
9. AEE-Comp.hum	7,228	1,766	-,012	,062	,027	-,073	,143**	,446**	,487**	,622**	1,00									
10. AEE-Comp.fin	5,270	3,023	-,228**	,077	,017	-,060	,163**	,203**	,577**	,333**	,344**	1,00								
11. AR-Autonomie	17,781	4,465	-,004	,001	-,008	-,008	,128*	,177**	,199**	, 243**	,247**	,089	1,00							
12. AR - Stress	5,952	3,057	-,023	-,011	,009	-,015	-,021	-,070	,009	,24	,004	,048	,071	1,00						
13. AR-Réc. Finan.	13,583	4,734	-,121*	-,111*	-,003	-,112*	,065	,107*	, 280**	, 219**	,238**	,226**	,243**	-,120*	1,00					
14. AR-Accompl.	20,746	4,275	,009	-,013	-,012	-,047	,056	,241**	,194**	,292**	, 250**	,102	,312**	,002	,201**	1.00				
15. AR- Temps	9,214	3,735	,087	-,073	-,055	-,027	,010	-,039	, 029	,056	-,015	,025	,077	,479**	,010	, 56	1,00			
16. AR-Société	12,759	5,076	-,175**	,056	-,036	,048	,034	,239**	,102	, 136**	,011	,101	,207**	,102*	,055	,239**	,102*	1,00		
17. Intention	3,239	1,492	-,264**	,105**	,045	-,015	,186**	,416**	,504**	, 463**	,294**	,352**	,180**	,006	,211**	,170**	,012	,200**	1,00	
18. Buts entrep.	3,967	1,202	-,134**	,072	-,011	-,063	,122**	,276**	,447**	,395**	,251**	,282**	,063	,014	,076	,046	,079	,059	,667**	1,00

** = La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* = La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

4.2 Analyse de Régression

Dans cette partie, nous présenterons les analyses de régressions qui vont nous permettre de vérifier nos six hypothèses émises sur base de la revue de la documentation scientifique. Ainsi, le tableau 11 présente les régressions hiérarchiques de l'intention d'entreprendre et le tableau 12 présente les régressions hiérarchiques des buts entrepreneuriaux. Dans ces deux tableaux, nous y trouvons trois modèles de régression; chaque modèle regroupe une catégorie des variables.

4.2.1 Les composantes de chaque modèle

Le premier modèle englobe les variables sociodémographiques de contrôle à savoir : le sexe, l'âge, le nombre d'enfants à charge, le niveau d'étude inscrit actuellement et l'entreprise familiale. Le deuxième modèle est composé par les variables sociodémographiques de contrôle sur lesquelles on ajoute la variable auto-efficacité entrepreneuriale. Le troisième modèle regroupe toutes les variables se trouvant dans les deux premiers modèles, mais en y ajoutant la variable attente des résultats entrepreneuriaux.

Nous devons préciser que les tableaux 11 et 12 mettent en évidence la qualité de chaque modèle de régression (exprimé par la significativité de la statistique F de la loi Ficher) ainsi que le pourcentage de la variance de la variable dépendante expliqué par l'ensemble des variables indépendantes (exprimé par le coefficient de détermination R^2). De plus, ces valeurs permettent donc de déterminer la significativité de la contribution successive de chacun des groupes de variables à la prédiction de la variable dépendante.

En outre, les tableaux 11 et 12 nous montrent aussi, pour chacune des variables indépendantes, des coefficients de régression standardisés (ß). Ces valeurs permettent de quantifier la direction et la puissance ou le degré de la relation entre chaque variable indépendante la variable dépendante. Mentionnons que la significativité des coefficients de régression ß est donnée par la statistique T de Student.

4.2.2 Régression hiérarchique de l'intention entrepreneuriale

Tableau 11 – Régression hiérarchique de l'intention entrepreneuriale

	Modèle 1 Bêta Std.	Modèle 2 Bêta Std.	Modèle 3 Bêta Std.
Sexe [a]	-,363***	-,285***	-,271***
Âge	,091	,080	,126***
Nombre d'enfants à charge	,047	,038	,024
Niveau d'étude inscrit actuellement [b]	-,020	-,029	-,017
Entreprise familiale	,246***	,127***	,107**
AEE reconnaissance d'opportunité (moyenne)		,170***	,127***
AEE Planification (moyenne)		,140***	,129***
AEE Définition de la finalité principale de l'entreprise (moyenne)		,084	,050
AEE Compétences humaines et « conceptuelles » (moyenne)		-,040	-,069
AEE Compétences financières (moyenne)		,131***	,109***
Attente de Résultats (autonomie) (Valence * Instrumentalité)			,125**
Attente de Résultats (Stress) (Valence * Instrumentalité)			-,054
Attente de Résultats (Récomp. financières) (Valence * Instrumentalité)			,196**
Attente de Résultats (Accomplissement) (Valence * Instrumentalité)			,109**
Attente de Résultats (Gérer son temps) (Valence * Instrumentalité)			-,004
Attente de Résultats (Amélioration société) (Valence * Instrumentalité)			,066*
Stat. Variation de F	11,181	8,209	5,682
Sig.	,000	,000	,000
R^2	,198	,323	,415
R^2 Ajusté	,180	,292	,372
N	233	233	233

[a] Homme = 0; Femme = 1

[b] Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

* = $p \leq 0{,}05$; ** = $p \leq 0{,}01$; *** = $p \leq 0{,}001$

À propos des caractéristiques sociodémographiques à savoir le sexe, l'âge, le nombre d'enfants à charge, le niveau d'étude inscrit actuellement et l'entreprise familiale, aucune hypothèse n'a été émise puisqu'elles sont considérées, dans le cadre de cette étude, comme des variables de contrôle. Les résultats nous montrent que le nombre d'enfants à charge et le niveau d'étude n'ont aucun effet sur l'intention d'entreprendre dans tous les modèles. Néanmoins, l'âge a une relation significativement positive dans le modèle 3. Par contre, le sexe a un effet négatif sur l'intention d'entreprendre dans tous les modèles.
L'impact significatif et négatif du sexe sur l'intention d'entreprendre signifie que les étudiants de sexe masculin ont l'intention d'entreprendre de manière plus élevée par rapport à leurs homologues féminins.

En outre, les résultats nous montrent encore que le fait d'avoir été exposé à une entreprise familiale ait une influence significative et positive vis-à-vis de l'intention d'entreprendre. Autrement dit, les étudiants universitaires issus d'une famille en affaire ont plus l'intention d'entreprendre que ceux que ne le sont pas.

Pour ce qui est de la relation qui existerait entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence combinés) et l'intention entreprendre des étudiants universitaires, une hypothèse a été émise, soit H1a. Cette hypothèse prévoit *qu'il existe une relation positive entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.* Nous constatons que les résultats entrepreneuriaux attendus ont un impact significativement positif sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires dans le modèle 3, seulement pour les variables : autonomie avec ß standardisé = 0,125; $p \leq 0,05$, les récompenses financières avec ß standardisé = 0,196; $p \leq 0,05$ et le sentiment d'accomplissement avec ß standardisé = 0,109; $p \leq 0,05$. Cela signifie qu'il est très probable que les étudiants universitaires développent l'intention d'entreprendre lorsqu'ils valorisent le fait d'avoir une grande autonomie, les récompenses financières et le sentiment d'accomplissement personnel; sachant que la carrière entrepreneuriale leur permettra d'atteindre ceux-ci.

À noter aussi que l'ajout de la variable « résultats entrepreneuriaux attendus » dans le modèle 3 explique 41,5% (R^2 = 0,415) de la variabilité de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Cela signifie que la variable résultats entrepreneuriaux attendus a rehaussé l'explication de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires de 21,7% (ΔR^2 (entre le modèle 1 et 3) = 0,415 - 0,198 = 0,217). Autrement dit, il est fort possible que les étudiants universitaires qui croient que la carrière entrepreneuriale puisse leur permettre d'atteindre les résultats escomptés (la grande autonomie, les récompenses financières et le sentiment d'accomplissement) et qui, en même temps, valorisent ceux-ci développent également l'intention d'entreprendre.

Néanmoins, certains résultats entrepreneuriaux attendus (très peu de stress ou pression, beaucoup de temps pour les loisirs ou la famille et des améliorations dans la société et à l'environnement) n'ont aucun effet sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires, sur ce, l'hypothèse H1a est validée partiellement.

En ce qui concerne la relation qui pourrait exister entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires, une hypothèse a été émise, soit H1b. Cette hypothèse propose *qu'il existe une relation positive entre l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.* En nous basant sur les résultats, nous constatons que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet significativement positif sur l'intention d'entreprendre dans les modèles 2 et 3 seulement avec trois dimensions. Dans le modèle 2: soit la reconnaissance d'opportunité avec ß standardisé = 0,170; $p \leq 0,05$, la planification avec ß standardisé = 0,140; $p \leq 0,05$ et les compétences financières avec ß standardisé = 0,131; $p \leq 0,05$; dans le modèle 3 : soit la reconnaissance d'opportunité avec ß standardisé = 0,127; $p \leq 0,05$, la planification avec ß standardisé = 0,129; $p \leq 0,05$ et les compétences financières avec ß standardisé = 0,109; $p \leq 0,05$. Il faut noter que l'ajout de la variable auto-efficacité entrepreneuriale dans le modèle 2 explique 32,3% (R^2 = 0,323) de la variance de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. En d'autres mots, la variable auto-efficacité entrepreneuriale a rehaussé l'explication de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires de 12,5% (ΔR^2 (entre le modèle 1 et 2) = 0,323 - 0,198 = 0,125).

Rapport-Gratuit.com

Cependant, selon les résultats, nous remarquons que deux dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale à savoir : définition de la finalité principale de l'entreprise (vision) et compétences humaines et conceptuelles, n'ont aucune influence sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Conséquemment, H1b est partiellement validée.

4.2.3 Régression hiérarchique de la fixation des buts entrepreneuriaux

Tableau 12 – Régression hiérarchique de la fixation des buts entrepreneuriaux

	Modèle 1 Bêta Std.	Modèle 2 Bêta Std.	Modèle 3 Bêta Std.
Sexe [a]	-,252***	-,191***	-,216***
Âge	,233***	,229***	,253***
Nombre d'enfants à charge	,028	,026	,017
Niveau d'étude inscrit actuellement [b]	-,046	-,017	-,019
Entreprise familiale	,236***	,092	,079
AEE reconnaissance d'opportunité (moyenne)		,130***	,111***
AEE Planification (moyenne)		,252***	,257***
AEE Définition de la finalité principale de l'entreprise (moyenne)		,056	,020
AEE Compétences humaines et « conceptuelles » (moyenne)		,027	,009
AEE Compétences financières (moyenne)		,028	,024
Attente de Résultats (autonomie) (Valence * Instrumentalité)			,119**
Attente de Résultats (Stress) (Valence * Instrumentalité)			-,081
Attente de Résultats (Récomp. financières) (Valence * Instrumentalité)			,041
Attente de Résultats (Accomplissement) (Valence * Instrumentalité)			,160**
Attente de Résultats (Gérer son temps) (Valence * Instrumentalité)			,099
Attente de Résultats (Amélioration société) (Valence * Instrumentalité)			,023
Stat. Variation de F	6,509	6,212	2,714
Sig.	,000	,000	,016
R^2	,166	,303	,371
R^2 Ajusté	,141	,259	,305
N	169	169	169

[a] Homme = 0; Femme = 1

[b] Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

* = $p \leq 0{,}05$; ** = $p \leq 0{,}01$; *** = $p \leq 0{,}001$

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Comme nous l'avons déjà mentionné ci-haut, pour les caractéristiques sociodémographiques à savoir le sexe, l'âge, le nombre d'enfants à charge, le niveau d'étude inscrit actuellement et l'entreprise familiale, aucune hypothèse n'a été émise puisqu'elles sont considérées, dans le cadre de cette recherche, comme des variables de contrôle. Cependant, on constate que les variables : nombre d'enfants à charge et niveau d'étude n'ont aucun effet sur la fixation des buts entrepreneuriaux dans tous les modèles.

Le sexe a un effet significativement négatif sur la fixation des buts entrepreneuriaux dans tous les modèles. Cela signifie que les étudiants de sexe masculin sont plus capables de se fixer les buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale par rapport à leurs homologues féminins. Nous trouvons aussi que l'âge a un effet significativement positif sur la fixation de buts entrepreneuriaux. Autrement dit, plus les étudiants universitaires sont âgés, plus ils sont capables de se fixer de buts clairs et précis en rapport avec la carrière entrepreneuriale.
En fin, faire partie d'une famille en affaire a aussi un impact significativement positif sur la fixation des buts entrepreneuriaux seulement dans le modèle 1, mais pas dans les modèles 2 et 3. Ce qui veut dire que lorsque d'autres variables s'ajoutent dans les modèles 2 et 3, le fait d'appartenir dans une entreprise familiale n'a aucun effet sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale.

Pour ce qui est de la relation qui pourrait exister entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires, une hypothèse a été émise, soit H2a. Celle-ci prévoit *qu'il existe une relation positive entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires*. On constate que les résultats entrepreneuriaux attendus ont un impact significativement positif sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires dans le modèle 3, seulement pour les variables : autonomie avec ß standardisé = 0,119; $p \leq 0,05$ et le sentiment d'accomplissement avec ß standardisé = 0,160; $p \leq 0,05$. À souligner que l'ajout de la variable « résultats entrepreneuriaux attendus » dans le modèle 3 explique 37,1% ($R^2 = 0,371$) de la variabilité de la fixation des buts entrepreneuriaux des étudiants universitaires.

Autrement dit, la variable « résultats entrepreneuriaux attendus » a rehaussé l'explication de la fixation des buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires de 20,5% (ΔR^2 (entre le modèle 1 et 3) = 0,371- 0,166 = 0,205). Cela signifie qu'il est plus probable que les étudiants universitaires qui croient que la carrière entrepreneuriale puisse leur permettre d'atteindre les résultats escomptés (la grande autonomie et le sentiment d'accomplissement personnel) et qui valorisent ceux-ci soient également en mesurer de se fixer des buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale.

Néanmoins, vu que certaines variables de résultats entrepreneuriaux attendus (très peu de stress ou pression, des récompenses financières, beaucoup de temps pour les loisirs ou la famille ou des améliorations dans la société et à l'environnement) n'ont aucun effet sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires; cela fait que l'hypothèse H2a est partiellement validée.

Pour ce qui est de la relation existante entre l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale et la fixation des buts entrepreneuriaux, une hypothèse a été émise, soit (H2b). Cette hypothèse propose qu'*il existe une relation positive entre l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires*. En nous basant sur les résultats, nous constatons que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet significativement positif sur la fixation des buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires dans les modèles 2 et 3 seulement pour deux dimensions. Dans le modèle 2: soit la reconnaissance d'opportunité avec ß standardisé = 0,130; $p \leq 0,05$ et la planification avec ß standardisé = 0,111; $p \leq 0,05$; dans modèle 3 : soit la reconnaissance d'opportunité avec ß standardisé = 0,252; $p \leq 0,05$ et la planification avec ß standardisé = 0,257; $p \leq 0,05$. Il faut noter que l'ajout de la variable auto-efficacité entrepreneuriale dans le modèle 2 explique 30,3% (R^2 = 0,303) de la variabilité de la fixation des buts entrepreneuriaux des étudiants universitaires. En d'autres mots, la variable auto-efficacité entrepreneuriale a rehaussé l'explication de la fixation de buts entrepreneuriaux des étudiants universitaires de 13,7% (ΔR^2 (entre le modèle 1 et 2) = 0,303 - 0,166 = 0,137). Cela signifie que, les étudiants universitaires qui ont un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale élevé dans la reconnaissance d'opportunité et planification, sont également plus susceptibles de se fixer de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale.

Toutefois, d'après les résultats, les trois autres dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale, à savoir la définition de la finalité principale de l'entreprise (vision), les compétences humaines et conceptuelles ainsi que la compétence financière n'ont aucune influence sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires. Par conséquent, H2b est aussi partiellement validée.

CHAPITRE 5 : DISCUSSION

Suite à la vérification de nos hypothèses sur base des résultats observés; ce chapitre va être consacré à l'interprétation de ceux-ci. Il sera question de faire des commentaires sur chaque hypothèse à la lumière des résultats obtenus. Autrement dit, nous essayerons d'expliquer nos résultats.

5.1 Interprétation des résultats de la recherche

5.1.1 Retour sur les caractéristiques sociodémographiques (variables de contrôle)

D'une manière générale, les résultats nous révèlent que le sexe a une relation significativement négative avec l'intention d'entreprendre et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale. Cela signifie que les hommes sont plus enclins à entreprendre que les femmes. Ce résultat n'est pas surprenant dans la mesure où plusieurs recherches antérieures l'ont déjà confirmé (Gupta et al., 2009; Wilson et al., 2007). Par exemple, en ce qui concerne l'intention d'entreprendre, Shinnar et al. (2012) indiquent que la différence entre les hommes et les femmes peut être due à la différence de perception des barrières vis-à-vis de la carrière entrepreneuriale : le manque de support, la peur de l'échec ou le manque de compétences perçues. En outre, vu que les hommes ont un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale plus élevé que les femmes (Wilson et al., 2007), cela pourrait expliquer la raison pour laquelle ils sont plus capables de se fixer de buts entrepreneuriaux clairs par rapport aux femmes, ce qui est également appuyé par nos résultats (voir le tableau 10).

Concernant l'âge, nos résultats indiquent qu'il y a une relation significativement positive entre cette variable et l'intention d'entreprendre dans le modèle 3. En d'autres mots, plus l'étudiant universitaire est âgé, plus son intention d'entreprendre est élevée. Cela corrobore avec les résultats de la recherche qui disent que l'âge moyen pour démarrer une entreprise est de 41 ans au Canada (Menzies, Diochon, Gasse et al., 2006).

De plus, nous constatons aussi qu'il y a une relation significative et positive entre l'âge et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale. Cela veut dire que plus les étudiants universitaires avancent en âge, plus ils sont capables de se fixer de buts entrepreneuriaux plus précis par rapport à leurs homologues jeunes.

En ce qui concerne le nombre d'enfants à charge, nos résultats indiquent que cet élément n'a aucun un effet significatif sur l'intention d'entreprendre et sur la fixation de buts entrepreneuriaux, ce qui est également appuyé par nos résultats (voir le tableau 10). L'explication la plus plausible de cette situation serait que la plupart des répondants, lors de notre enquête, étaient au premier cycle (66,2%). Cela pourrait dire qu'ils étaient encore jeunes, c'est-à-dire célibataires, sans enfants, et que, à ce moment-là, ceux-ci ne planifiaient pas du tout fonder une famille dans un futur prochain; ou bien, qu'ils croyaient que l'arrivée des enfants ne pourrait rien changer sur leur plan professionnel.

Le niveau d'études inscrit n'a aussi aucune relation significative ni avec l'intention d'entreprendre ni avec la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale. Cela n'a rien de surprenant surtout que nos résultats montrent que la variable « niveau d'études » n'a même pas d'effet sur les variables « auto-efficacités entrepreneuriales » et « résultats entrepreneuriaux attendus » qui s'avèrent, selon toujours les résultats, être celles qui influencent fortement l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux (Tableau 10).

En ce qui concerne le fait d'appartenir à une famille en affaires, les résultats ont révélé que cette variable a un effet sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale seulement dans le modèle 1. Cela veut dire qu'au moment où d'autres variables à savoir l'auto-efficacité entrepreneuriale et les résultats entrepreneuriaux attendus entrent en considération, dans les modèles 2 et 3, le fait qu'un étudiant universitaire appartienne à une famille en affaires n'a plus d'effet sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale. Comme nos résultats le montrent (voir le tableau 10), ces deux variables, surtout l'auto-efficacité entrepreneuriale, ont plus d'influence sur la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale, ce qui pourrait réduire considérablement l'effet de la variable famille en affaire. Dans le même ordre d'idée, nous constatons l'existence d'une relation significative et positive entre le fait d'appartenir à une famille en affaire avec l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Cela confirme les recherches antérieures soutenant que le fait d'être issus de familles d'entrepreneurs incite les enfants à choisir une carrière entrepreneuriale (Davidsson, 1995). En effet, les expériences acquises au sein d'une famille en affaires influencent les valeurs, les attitudes et les comportements d'un individu (Carr et Sequeira, 2007).

En outre, c'est au sein de la famille en affaires que les individus ont tendance à prendre leurs parents comme modèle (Schunk, 1987). De plus, étant donné que l'individu a plus d'opportunités de prendre part à la gestion de l'entreprise familiale, cela aura un impact sur son sentiment d'auto-efficacité à l'égard des tâches entrepreneuriales. Ce qui va avoir, dans la suite, un impact positif sur le développement de l'intention d'entreprendre.

5.1.2 Retour sur les hypothèses de recherche

Le modèle 3 de la régression hiérarchique de l'intention entrepreneuriale indique qu'il existe certains liens significatifs et positifs entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires (H1a). En effet, nous avons avancé l'hypothèse que les étudiants universitaires qui croient en ce que la carrière entrepreneuriale puisse leur permettre d'atteindre les résultats escomptés et qui, en même temps, valorisent ceux-ci développent également l'intention d'entreprendre de manière plus marquée. Ces résultats ne font que confirmer les suppositions que nous avions dans la revue de la littérature surtout en regard des dimensions à savoir une grande autonomie, des récompenses financières, un sentiment d'accomplissement personnel ainsi que des améliorations dans la société et à l'environnement. En effet, on avait vu que l'intention entrepreneuriale est un état cognitif, une conviction auto reconnue par une personne qui projette démarrer dans le futur, à un endroit précis, une nouvelle entreprise (Thompson, 2009). Nous basant sur cela, nous pensions que les résultats entrepreneuriaux attendus (la valence et l'instrumentalité) influenceraient l'intention entrepreneuriale, car ces éléments sont plus proches aux facteurs cognitifs que des facteurs comportementaux (Kanfer, 1990; Van Eerde et Thierry, 1996; Vroom, 1964). Nos résultats démontrent la pertinence de la Théorie sociocognitive de la carrière (Lent et al., 2002), qui précise le rôle des résultats attendus (Vroom, 1964) dans le développement de l'intention . Cela contribue à l'avancement de nos connaissances vers la compréhension plus complète du phénomène de l'intention.

Toutefois, nous voyons que deux dimensions de résultats entrepreneuriaux attendus à savoir le manque du temps et la gestion du stress n'ont pas d'effet sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. L'entrepreneuriat est comme étant une carrière avec plein de difficultés à cause du manque de temps chronique, de l'incertitude quant à la viabilité de l'entreprise (Julien, 2005; Lorrain et Laferté, 2006) ainsi qu'un énorme stress (Boyd et Gumpert, 1983; Pareek, 1994); ce qui pourraient décourager un bon nombre d'étudiants universitaires. Cependant, cet effet négatif peut être annulé par le fait d'avoir l'auto-efficacité entrepreneuriale élevée et la grande détermination d'atteindre les résultats entrepreneuriaux attendus comme la grande autonomie, des récompenses financières, un sentiment d'accomplissement personnel.

Ensuite, nos résultats montrent encore que l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale a un impact positif sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires (H1b). Autrement dit, les étudiants universitaires qui ont un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale élevé (dans la reconnaissance d'opportunité, la planification et les compétences financières) sont également plus susceptibles de développer l'intention d'entreprendre. Néanmoins, nous remarquons que l'auto-efficacité entrepreneuriale dans la définition de la finalité principale de l'entreprise et dans les compétences humaines et conceptuelles n'ont pas d'effet sur l'intention entrepreneuriale. L'explication la plus plausible de ce résultat serait que, pour les étudiants universitaires, la formation reçue à l'université en rapport avec la gestion de ressources humaines et la définition de la finalité principale de l'entreprise soit plus adaptée au contexte de grandes organisations où ils pourront gérer du personnel et établir une vision plus claire, en particulier pour les étudiants en administration des affaires. En effet, les entreprises démarrées étant généralement petites (MDEIE, 2008), ce qui limite la possibilité d'exercer ces compétences en devenant entrepreneur. D'où, l'importance de savoir, préalablement, les exigences ainsi que les critères propres à chaque secteur d'activité ou domaine afin de reconnaître les compétences nécessaires à posséder enfin de réussir.

Toutefois, ces résultats montrent encore une fois que l'auto-efficacité entrepreneuriale reste un élément essentiel pour expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires. Cela coïncide avec les recherches antérieures qui ont révélé aussi que l'auto-efficacité entrepreneuriale s'avère un élément très important pour prédire l'intention d'entreprendre (Barbosa et al., 2007; Zhao et al., 2005) ainsi que la création d'une entreprise par la suite (Boyd et Vozikis, 1994; Dimov, 2010).

En outre, d'autres recherches faites dans le champ de l'entrepreneuriat ont montré que l'auto-efficacité entrepreneuriale contribue au développement de l'intention d'entreprendre (Boyd et Vozikis, 1994; Chen et al., 1998; DeNoble et al., 1999). Concrètement, ces résultats soulignent que les gens qui ont l'auto-efficacité entrepreneuriale élevée croient qu'ils possèdent une idée viable pour une nouvelle affaire passible d'être poursuivie. Ainsi, ils se sentent plus confiants à accomplir avec succès les tâches de l'entrepreneur; ce qui permet de posséder une intention entrepreneuriale plus marquée (McGee et al., 2009; Sequeira et al., 2007; Zhao et al., 2005). Comme le montrent les modèles 2 et 3 de notre recherche, l'auto-efficacité entrepreneuriale demeure toujours significative pour expliquer l'intention d'entreprendre.

Le modèle 3 de la régression hiérarchique de la fixation de buts entrepreneuriaux indique qu'il y a certains liens significatifs et positifs entre les résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence) et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires (H2a). Dans d'autres mots, il est plus probable que les étudiants universitaires qui croient que la carrière entrepreneuriale puisse leur permettre d'atteindre les résultats escomptés (en regard de l'autonomie et du sentiment d'accomplissement personnel) et qui valorisent ceux-ci, soient également capables de se fixer de buts entrepreneuriaux plus clairs. Cela confirme l'utilité des postulats de la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) éprouvés dans ce mémoire. Cela ne fait que confirmer les résultats de recherches antérieures (Ajzen, 1991; Bandura, 1997; Gollwitzer, 1990; Klinger, 1975; Locke et Lathan, 1990). Ces auteurs mentionnent que la détermination d'objectifs est basée sur la croyance que ceux-ci sont à la fois très désirables (la valence et l'instrumentalité), c'est-à-dire l'attrait de conséquences attendues suite à la réalisation des objectifs (Heckhausen, 1977) et faisables (expectation), c'est-à-dire l'attente que les événements futurs et actions aient lieu (Gollwitzer, 1990).

Rapport-Gratuit.com

D'autres études ont montré aussi que la fixation de buts à atteindre pour une carrière donnée, dépendrait de l'importance accordée à ce que l'on vise dans celle-ci (valence), en tenant compte que les actions permettront d'atteindre ces objectifs (instrumentalité) et en considérant aussi de la croyance dans la capacité de les réaliser (expectation) (Rogers et al., 2008; Vroom, 1964; Webb et Sheeran, 2007).

Toutefois, nos résultats montrent que les dimensions de résultats entrepreneuriaux attendus à savoir beaucoup de stress, des récompenses financières, gérer son temps ainsi que des améliorations dans la société et à l'environnement n'influencent pas la fixation des buts entrepreneuriaux des étudiants universitaires. En effet, comme nous l'avons déjà mentionné dans la partie méthodologie de la recherche, population ciblée, pour les besoins de ce mémoire, seuls les étudiants québécois ont été utilisés dans nos analyses, pour éviter les biais culturels potentiels trop importants.

Des plus, comme les recherches antérieures l'indiquent, les entrepreneurs ayant des motivations intrinsèques (avoir le souci d'accomplissement personnel), celles liées à la sécurité personnelle et celle de la famille, au désir pour l'indépendance ou l'autonomie, se trouvent en général dans des pays développés comme le Canada (Québec) et les États-Unis (Benzing et Chu, 2009; Hisrich, 1985). Tandis que ceux qui ont des motivations extrinsèques (par exemple, gagner sa vie, gagner de l'argent, augmenter le revenu, trouver un emploi, le désir de satisfaire les besoins primaires, les besoins de la sécurité financière, etc.) se trouvent en général dans des pays sous-développés (Benzing et al., 2009; Benzing et Chu, 2009; Bewayo, 1995). Alors, cela pourrait expliquer la raison pour laquelle les dimensions de résultats entrepreneuriaux attendus à savoir des récompenses financières ainsi que des améliorations dans la société et à l'environnement n'influencent pas vraiment la fixation des buts entrepreneuriaux des étudiants québécois.

En autre, nous avons vu aussi que les étudiants universitaires qui ont l'auto-efficacité entrepreneuriale et qui ont pris la résolution d'atteindre les résultats entrepreneuriaux attendus n'ont pas peur d'affronter les difficultés (le stress et le manque de temps) que rencontrent les entrepreneurs en particulier.

Enfin, nos résultats indiquent que l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale a un impact positif sur la fixation des buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires (H2b). En d'autres mots, les étudiants universitaires qui ont un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale élevé (dans la reconnaissance d'opportunité et la planification) sont également susceptibles de se fixer de buts entrepreneuriaux clairs. Cela concorde avec les travaux de Bandura (1982, 2003) qui affirme qu'un individu avec un haut niveau d'auto-efficacité aura tendance de se fixer les objectifs personnels importants. Cela dit, avec une forte assurance concernant ses capacités dans un domaine particulier, l'individu n'hésite pas à se donner des objectifs importants, car il croit que son effort et sa persistance lui permettront d'atteindre la performance souhaitée, c'est-à-dire réaliser ses objectifs (Bandura et Locke, 2003).

Toutefois, nous constatons que l'auto-efficacité entrepreneuriale dans la définition de la finalité principale de l'entreprise, dans les compétences humaines et conceptuelles ainsi que dans les compétences financières n'ont pas d'effet sur la fixation des buts entrepreneuriaux. Il s'avère que les caractéristiques propres aux petites et moyennes entreprises (PME), issues de l'entrepreneuriat, ne permettent pas facilement la mise en pratique de la théorie reçue à l'école surtout en ce qui concerne la conception d'une vision claire ainsi que la gestion du personnel et financière (St-Pierre, 2011). En effet, la formation universitaire en rapport avec la gestion de ressources humaines serait plus avantageuse et utile dans le contexte de grandes organisations où ils pourront gérer du personnel. En accédant à l'entrepreneuriat, ça sera difficile d'exercer cette compétence, car les entreprises sont créées étant généralement petites (Julien, 2005).

Des plus, en ce qui concerne la définition de la finalité principale de l'entreprise, nous connaissons que l'entrepreneur poursuit une multitude d'objectifs différents et complexes; il ne vise pas nécessairement l'objectif de la maximisation de la richesse ou de la valeur marchande d'une entreprise, comme le fait le gestionnaire le dirigeant d'une grande entreprise (Letowski, 1992). En effet, mis à part l'objectif financier, l'entrepreneur peut viser des objectifs non pécuniaires. Il jouit d'une grande liberté pour mener à bien ses objectifs non financiers, contrairement au dirigeant d'une grande entreprise dont la valeur est déterminée par le marché de la main d'œuvre et jugée continuellement d'après les résultats de l'entreprise.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

En outre, les entreprises issues de l'entrepreneuriat (PME) n'ont pas les mêmes problèmes de gestion financière que les grandes entreprises, car elles forment un ensemble fortement hétérogène qui empêche de les considérer dans une catégorie unique (St-Pierre, 2011). Ce qui limiterait, aux étudiants universitaires, leur possibilité d'exercer les compétences financières en devenant entrepreneur.

En lumière de nos résultats, nous trouvons que la motivation (résultats attendus) est importante dans le processus de choix de la carrière entrepreneuriale. Il doit y avoir adéquation entre la valence et l'instrumentalité. Les valeurs changent et dans ce contexte, l'outil proposé pourrait permettre de mieux comprendre comment les nouvelles valeurs des jeunes, surtout les étudiants universitaires, peuvent être en adéquation avec la carrière entrepreneuriale et influencer le processus de choix de celle-ci. En outre, une meilleure connaissance de la motivation ainsi que sa relation avec l'intention d'entreprendre permettrait d'améliorer la formation ainsi que les programmes qui visent à soutenir et à promouvoir l'entrepreneuriat au sein des universités. Cela aura comme résultat le développement de la valence entrepreneuriale et de l'instrumentalité entrepreneuriale des étudiants en général et surtout chez ceux qui envisagent accéder à la carrière entrepreneuriale. La recherche met en exergue l'importance de s'intéresser à la motivation et ses composantes dans le contexte de la carrière entrepreneuriale en particulier.

Des plus, il a été intéressant également d'apprécier le rôle primordial de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Autrement dit, le principal déterminant de l'intention entrepreneuriale demeure l'auto-efficacité entrepreneuriale. Cela veut aussi dire qu'il faut s'y intéresser grandement, notamment en focalisation sur son développement au sein de la population québécoise et de manière plus marquée chez les étudiants universitaires. Notre recherche a permis de mettre en évidence, encore une fois, le rôle de l'auto-efficacité dans le milieu entrepreneurial, mais cette fois-ci à travers les cinq dimensions de McGee et al. (2009). Cela est intéressant dans la mesure où nous avons pu apprécier chacune de ces dimensions, ainsi que ses relations avec l'intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux.

Par ailleurs, l'utilité de notre recherche sur le plan managérial est d'offrir de nouvelles perspectives quant aux moyens qui permettent de développer l'intention d'entreprendre. Cela est essentiel dans la mesure où l'objectif du gouvernement québécois et les organismes de soutien à l'entrepreneuriat est de stimuler l'intention d'entreprendre au sein de la population québécoise en général et aux étudiants universitaires en particulier. La recherche se positionne alors en amont du processus entrepreneurial dans le but d'améliorer les connaissances des éléments qui contribuent à développer l'intention d'entreprendre tout en mettant en exergue leurs relations.

Dans cette perspective et à la lumière des résultats obtenus, il est suggéré de mettre en place un projet pilote de formation spécialisée et continue en entrepreneuriat au niveau des étudiants universitaires. Tout en se basant sur les trois facteurs composant la force motivationnelle (Vroom, 1964), cela pourrait avoir comme résultat le développement de la valence entrepreneuriale, de l'instrumentalité entrepreneuriale et de l'expectation (auto-efficacité) entrepreneuriale des étudiants en général et surtout chez ceux qui envisagent accéder à la carrière entrepreneuriale. Ce qui aura, bien sûr, un impact positif sur leur intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux. À titre d'exemple, la formation pourrait se focaliser sur les programmes qui permettent d'augmenter la croyance des étudiants universitaires en leurs capacités de performer dans l'entrepreneuriat. Cela se ferait en mettant en leur disposition, par exemple, le programme de mentorat formel au niveau des étudiants universitaires qui manquent de confiance en soi (auto-efficacité entrepreneuriale).

Les formateurs essaieraient d'augmenter les croyances des étudiants que leur bonne performance résultera des récompenses estimées. Cela pourrait se faire en fournissant des exemples d'entrepreneurs dont la bonne performance a résulté de grandes récompenses et en invitant ceux-ci à venir partager de leurs expériences avec les étudiants. En plus de cela, l'organisation des visites guidées dans les entreprises créées par ces entrepreneurs pourrait être bénéfique pour les étudiants. Enfin, les formateurs pourraient essayer d'augmenter la valeur attendue, par les étudiants, de récompenses qui résultent de performance désirée en entrepreneuriat.

Pour ce faire, il serait important de faire un suivi dans une durée plus ou moins longue, c'est-à-dire, faire en sorte que le projet pilote se maintienne de manière longitudinale. Dans le cas où les résultats s'avéreraient concluants, la mise en place de ce genre de programmes de formation dans plusieurs universités serait alors suggérée.

En outre, étant donné que, d'après nos résultats, les hommes sont plus enclins à entreprendre que les femmes, il nous semble important de suggérer aussi l'instauration programme spécialisé pour les femmes en général et pour les étudiantes en particulier. Ceci aurait comme but d'augmenter l'auto-efficacité entrepreneuriale de celles-ci, ce qui aura un impact positif sur leur intention d'entreprendre et la fixation de buts entrepreneuriaux.

5.2 Les limites de la recherche

-La première limite à considérer concerne la validité externe des résultats, c'est-à-dire leur représentativité et leur potentiel de généralisation au niveau de la population estudiantine au Canada ou même au Québec. Le fait d'avoir interrogé les étudiants québécois ne nous permet pas de généraliser nos résultats sur l'ensemble des étudiants canadiens, car la réalité des étudiants au Canada anglais peut être différente de celle des Québécois. Et même au niveau du Québec, étant donné que ce sont des volontaires qui ont répondu, d'une part, et que le recrutement n'était pas systématique, d'autre part, les répondants ne sont sans doute pas représentatifs des étudiants au Québec, ne serait-ce que parce que certaines universités (anglophones, par exemple) n'ont pas été approchées pour l'enquête. De plus, étant donné que notre enquête porte uniquement sur les étudiants universitaires, cela limite la portée de notre recherche à ce contexte particulier. Cependant, en contrepartie, cela permet de focaliser sur cette clientèle importante d'un point de vue des gouvernements et organismes de soutien à l'entrepreneuriat.

-Une deuxième limite est en rapport avec le fait que quelques éléments indispensables et importants intervenant dans le développement de l'intention d'entreprendre ne soient pas tenus en considération. Il s'agit principalement de l'apport individuel et de l'influence environnementale. En effet, il est évident que les résultats que nous avons obtenus sont limités du fait que nous n'avons pas tenu en compte les principaux facteurs cités plus haut.

-Une troisième limite consiste à ce que notre recherche se consacre principalement à comprendre le développement de l'intention d'entreprendre, alors que celle-ci ne garantit pas vraiment le démarrage d'une entreprise. Par exemple, aux États-Unis, on a observé que seulement 18% des individus ayant une intention d'entreprendre allaient passer à l'action à l'intérieur de 4 ans (Katz,

1990). Ici aussi, il serait préférable de faire un suivi longitudinal ou même des travaux complémentaires pour élucider cette question.

-Une quatrième limite concerne le développement de la mesure des attentes de résultats. Bien que ça soit une avancée intéressante, considérant qu'une telle mesure n'existe pas de manière aussi précise dans les travaux antérieurs recensés, il serait avantageux d'investir plus d'efforts dans la mise en place d'un dispositif de recherche utilisant une matrice multi méthode, multi traits (Campbell et Fiske, 1959) et en démontrant la convergence et la discrimination de la nouvelle mesure avec d'autres construits bien établis. Néanmoins, les résultats obtenus permettent de justifier une telle démarche dans le futur et sa pertinence.
À préciser que la matrice multi méthode, multi-traits (MMMT) de Campbell et Fiske (1959) est un dessin dans lequel plusieurs caractéristiques distinctes ou traits sont mesurés en utilisant plusieurs méthodes de mesure distinctes. Elle permet d'évaluer de la validité d'un construit qui exige à la fois une grande validité de la convergence et de la discrimination. Elle suggère un examen de la matrice de corrélation des mesures qui sont définies par les différents traits et méthodes.

-Une cinquième limite consiste à spécifier que le devis corrélationnel ne permettant pas d'inférer de relations de causalité entre les variables.

-Une sixième limite consiste à mentionner que certaines variables ont été développées spécifiquement dans le cadre de la présente étude et que conséquemment, celles-ci nécessitent une validation plus approfondie.

5.3 Propositions pour d'éventuelles recherches futures

Au regard de nos résultats et des limites ci-haut mentionnées, cette recherche ouvre la voie à quelques pistes de recherches futures.

Étant donné que le fait d'avoir l'intention d'entreprendre n'implique pas nécessairement le démarrage d'une entreprise, les recherches futures ne devraient pas se limiter juste à l'étude de celle-ci, mais aussi s'étendre pour voir les relations entre les éléments composants la motivation à entreprendre et la création d'une entreprise d'une part et la relation entre les éléments composants la motivation à entreprendre et la survie d'une entreprise d'autre part.

.

Pour mieux apprécier l'évolution de résultats concernant les effets de la motivation (attente de résultats) à l'égard de la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires sur leur l'intention d'entreprendre, les éventuelles recherches pourront se faire sur les données longitudinales c'est-à-dire sur les données de plusieurs années.

Il est suggéré de tenir compte aussi des variables qui interviennent dans le développement de l'intention d'entreprendre que nous n'avons pas tenu en compte dans notre étude, comme l'apport individuel et l'influence environnementale (Lent et al., 2002). Sur ce, nous proposons d'étudier les effets de ces deux facteurs sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires québécois par l'intermédiaire de la motivation (résultats attendus) à l'égard de la carrière entrepreneuriale. À cet effet, l'utilisation de méthodes statistiques telles que la modélisation par équations structurelles pourrait s'avérer utile pour évaluer ces modèles plus complexes.

Voyant également la pertinence d'utiliser la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) pour comprendre l'intention et la fixation de buts entrepreneuriaux, d'une part, et l'utilité de résultats attendus comme mesure permettant de comprendre le développement des intentions et de la fixation des buts, d'autre part, il s'avère judicieux de développer une mesure encore mieux validée sur les résultats attendus dans le futur. En effet, les efforts consentis ici sont louables, mais incomplets, nécessitant une validation encore plus poussée dans le but de démontrer la validité et la fidélité de la mesure. Les résultats encourageants obtenus incitent le développement d'une telle mesure dans le futur.

CONCLUSION

La présente recherche s'est consacrée à déterminer les relations entre les éléments composants la motivation à entreprendre et l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. De manière plus spécifique, il était question de proposer un outil de mesure de la motivation à entreprendre qui tient compte de la valence et de l'instrumentalité, en plus de considérer l'expectation (mesurée via l'auto-efficacité entrepreneuriale) dans l'équation. Cela est intéressant étant donné que, pour de nombreuses personnes, les études universitaires sont terminales et mènent, par suite, au marché du travail. Une fois arrivés au terme de leurs études, les étudiants universitaires font alors face à un choix important : soit se mettre à la recherche d'un emploi salarié ou identifier une opportunité d'affaires, s'y investir et ainsi accéder à la carrière entrepreneuriale.

Soucieux d'améliorer les connaissances concernant les facteurs qui amènent un individu à s'engager dans une carrière entrepreneuriale, nous avons jugé bon de positionner notre recherche avant même le démarrage d'une entreprise, c'est-à-dire d'étudier l'intention d'entreprendre, car elle précède et mène directement à l'action entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982).

De plus, puisque l'entrepreneuriat est considéré par certains comme un choix de carrière (Dyer, 1994; Sinclair, 2008), de ce fait, nous nous sommes basés sur la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002) qui est utile pour comprendre le passage de l'intention à l'action et à la recherche de la performance. Cette dernière met en exergue les différents facteurs qui contribuent au développement de l'intention, et elle est explicite quant à l'importance des résultats attendus (la valence et l'instrumentalité), sans oublier le rôle de l'expectation, dans le choix de carrière, en l'occurrence la carrière entrepreneuriale dans notre cas.

D'une manière générale, la contribution de notre recherche réside sur le fait que nos résultats démontrent qu'il existe une relation significativement positive entre les résultats entrepreneuriaux attendus (la valence et l'instrumentaliste) et l'intention d'entreprendre ainsi que la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires.

En outre, nos résultats ont démontré que l'auto-efficacité entrepreneuriale, sous certaines de ses dimensions proposées par McGee et al. (2009), a aussi une relation significativement positive avec l'intention d'entreprendre (la reconnaissance d'opportunité, la planification ainsi que les compétences financières) et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale (la reconnaissance d'opportunité, la planification) des étudiants universitaires. Cela coïncide aux résultats d'autres recherches faites dans le champ de l'entrepreneuriat (Boyd et Vozikis, 1994; Chen et al., 1998; DeNoble et al., 1999).

Toutefois, nous avons constaté que l'effet des résultats entrepreneuriaux attendus (l'instrumentalité et la valence), tels que mesurés ici, sur l'intention d'entreprendre et la fixation de buts en rapport avec la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires n'est pas très grand comparativement à celui de l'expectation (auto-efficacité entrepreneuriale). Il est néanmoins significatif, et la mesure proposée dans ce travail mériterait d'être développée avec davantage de rigueur, en y consacrant un dispositif dédié.

En outre, il est suggéré notamment de voir les relations entre les éléments composants la motivation à entreprendre et la création d'une entreprise d'une part, et la survie d'une entreprise d'autre part. De plus, une enquête longitudinale serait aussi plus appropriée pour apprécier d'une manière plus concrète les effets de la motivation (résultats attendus) à l'égard de la carrière entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. En outre, une étude sur les effets de l'apport individuel et de l'influence environnementale sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires québécois par l'intermédiaire de la motivation (résultats attendus) à l'égard de la carrière entrepreneuriale serait aussi intéressante et importante.

Cela montre que la recherche est un outil important à l'égard du développement de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires afin de combler le probable manque du nombre d'entrepreneurs tel que nous l'avons évoqué initialement. Cette étude apporte de nouvelles connaissances scientifiques dans le domaine de l'entrepreneuriat. Elle favorise la compréhension de la façon dont la motivation se développe et comment elle mène à l'intention d'entreprendre.

De plus, elle permet au gouvernement québécois et aux organismes de soutien à l'entrepreneuriat de mieux comprendre les éléments qui permettent d'expliquer plus clairement le développement de l'intention d'entreprendre de la population québécoise en général, et des étudiants universitaires en particulier, et éventuellement, leur passage à l'action.

Une meilleure connaissance de la motivation ainsi que sa relation avec l'intention d'entreprendre contribue à l'amélioration de la formation universitaire en entrepreneuriat et à l'élaboration des stratégies d'accompagnement mieux adaptées aux étudiants universitaires. Les meilleurs programmes qui visent à soutenir et à promouvoir l'entrepreneuriat au sein des universités ont comme résultat le développement de la valence entrepreneuriale, de l'instrumentalité entrepreneuriale et de l'expectation entrepreneuriale des étudiants en général et surtout chez ceux qui envisagent accéder à la carrière entrepreneuriale. Cela a un impact positif sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires ainsi que sur le passage à l'action (DeNoble et al., 1999), ce qui justifie la poursuite de cette investigation dans le futur.

Rapport-Gratuit.com

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Acs et Audretsch, D. B. (1989). Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis. *The American Economic Review, 78* (4), 678-689.

Acs et Audretsch, D. B. (1990). *Innovation and Small Firms*. Cambridge, MA: MIT Press: Cambridge, MA: MIT Press.

Acs, Fitzroy, F. R. et Smith, I. (2002). High-technology employment and R&D in cities: heterogeneity vs specialization. *Annals of Regional Science, 36* (3), 373-386.

Acs et Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy. *Small Business Economics, 28* (2-3), 109-122.

Adeyemi, S. et Adeoti, J. O. (2006). Motivation and business success the relationship between entrepreneurs motivation and new business ventures success. *Journal of Arid Zone Economy, 7* (1), 122-131.

Aghion, P. et Howitt, P. (1997). *A Schumpeterian perspective on growth and competition, in D.M. Kreps and K.F. Wallis (eds.), Advances in Economics and Econometrics: Theory and Applications* (Vol. 2). Cambridge: Cambridge University Press.

Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology. Advances in experimental social psychology. *20*, 2-63.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes, 50* (2), 179-211.

Aldrich, H. E. et Martinez, M. A. (2001). Many are called, but few are chosen: an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurial Theory Practice, 25* (3), 41-56.

Aldridge, J. J. H. (1997). *An occupational personality profile of the male entrepreneur as assessed by the 16PF* (Fifth ed.). University of Georgia.

Alstete, J. W. (2002). On becoming an entrepreneur: an evolving typology. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 8* (5), 222-234.

Ambos, T. C., Makela, K., Birkinshaw, J. et D'Este, P. (2008). When Does University Research Get Commercialized? Creating Ambidexterity in Research Institutions. *Journal of Management Studies, 45* (8), 1424-1447.

Ambrose, M. L. et Kulik, C. T. (1999). Old friends, new faces: Motivation research in the 1990s. *Journal of Management, 25* (3), 231-292.

Anderson, S. L. et Betz, N. E. (2001). Sources of social self-efficacy expectations: their measurement and relation to career development. *Journal of Vocational Behavior, 58*, 98-117.

Audet, J. (2004). L'impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. *Journal of Small Business & Entrepreneurship, 17* (3), 221-238.

Audretsch, D. B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press: Cambridge, MA: MIT Press.

Audretsch, D. B., Thurik, A. R., Verheul, I. et Wennekers, A. R. M. (2002). *Entrepreneurship Determinants and Policy in a European- US Comparison.*: Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, USA.

Bagozzi, P. R., Baumgartner, H. et Yi, Y. (1992). State vs Action Orientation and the Theory of Reasoned Action. *Journal of Consumer Research, 18*, 437-461.

Baker-Eveleth, L. et Stone, R. W. (2008). Expectancy Theory and Behavioral Intentions to Use Computer Applications. Department of Business, University of Idaho Moscow, Idaho, USA. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management 3*, 1-12.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*, 191-215.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.*

Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist, 28*, 117-148.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Bandura, A. (1994). *Self-efficacy* (In V.S. Ramachaudran (Ed.), Encyclopedia of human behavior ed. Vol. 4): New York: Academic Press.

Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in changing societies*: Cambridge University Press.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercice of control. New York: Freeman.*

Bandura, A. (2003). *Auto-efficacité: Le sentiment d'efficacité personnelle* (Paris: Éditions De Boeck Université ed.): De Boeck Supérieur.

Bandura, A. et Locke, E. A. (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology, 88*, 87-99.

Bandura, A. et Wood, R. E. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision-making. *Journal of Personnality and Social Psychology, 56*, 805-814.

Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W. et Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies, 13* (4), 86-104.

Baron, R. A., Franklin, R. J. et Hmieleski, K. M. (2013). Why Entrepreneurs Often Experience Low, Not High, Levels of Stress: The Joint Effects of Selection and Psychological Capital. *Journal of Management, 28* (6), 553-573.

Bayad, M. et Bourguiba, M. (2006). De l'universalisme à la contingence culturelle : Réflexion sur l'intention entrepreneuriale. *8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME CIFEPME*, 1-19.

Begley, T. M. et Tan, W. L. (2001). The Socio-cultural Environment for Entrepreneurship: A Comparison Between East-Asian and Anglo-Saxon Countries. *Journal of International Business Studies, 32* (3), 537-553.

Bellu, R. et Sherman, H. (1995). Predicting firm success from task motivation and attributional style: A longitudinal study *Entrepreneurship & Regional Development, 7* (4), 349-364.

Ben Tahar, Y. et Torrès, O. (2013). Une étude exploratoire du burnout des dirigeants de PME. *Cahiers RPS* (25), 28.

Benzing, C., Chu, H. M. et Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems. *Journal of Small Business Management, 47* (1), 58-91.

Benzing, C. et Chu, M. H. (2009). A comparison of the motivations of small business owners in Africa. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 16* (1), 60-77.

Betz et Hackett, G. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men. *Journal of Counseling Psychology, 28*, 399-410.

Betz et Hackett, G. (1983). The relationship of mathematics self-efficacy expectations to the selection of science-based college majors. *Journal of Vocational Behavior, 23*, 329-345.

Betz et Taylor, K. M. (2001). Manual for the career decision self-efficacy scale and CDMSE-Short Form.

Beugelsdijk, S. et Noorderhaven, N. (2005). Personality characteristics of self-employed; an empirical study. *Small Business Economics, 24* (2), 159-167.

Bewayo, E. (1995). Ugandan Entrepreneurs: Why Are They In Business? *Journal of Small Business Strategy*, 71.

Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review, 13* (2), 442-453.

Blanchflower, D. G. et Oswald, A. J. (2007). What makes a young entrepreneur? . *IZA Discussion Paper*, 31-39.

Boissin, J.-p., Chollet, B. et Emin, S. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique. *M@ n@ gement, 12* (1), 28-51.

Bouchard, J. T. J., Lykken, D. T., McGue, M., Segal, N. L. et Tellegen, A. (1990). Sources of human psychological differences: the Minnesota study of twins reared apart. *Journal of applied psychology, 25*, 223-228.

Boudabbous, S. (2011). L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *Revue Libanaise de Gestion et d'Économie, 4* (6), 1-20.

Boyd D.P. et Gumpert, D. E. (1983). Coping with entrepreneurial stress. *Harvard Business Review, 61* (2), 44-64.

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, 18*, 63-63.

Callejon, Maria et Segarra, A. (2000). Business Dynamics andEfficiency in Industries and Regions: The Case of Spain. *Small Business Economics, 13* (4), 253-271.

Campbell J. P., Dunnette, M. D., Lawler, E. E. et Weick, K. E. (1970). *Managerial Behavior, Performance, and Effectiveness.* New York, McGraw-Hill.

Campbell D. T. et Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin, 56* (2), 81-105.

Campo, J. L. M. (2011). Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice 9*(2), 14-21.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. et Carland, J. A. C. (1984). Differientiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy of management review, 9* (2), 354-359.

Carr, J. et Sequeira, J. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach. *Journal of business research, 60* (10), 1090-1098.

Carree. (2002). Industrial restructuring and economic growth. *Small Business Economics, 18*, 243-255.

Carree et Thurik, A. R. (1999). *Industrial structure and economic growth, in: D.B. Audretsch and A. R. Thurik (eds.), Innovation, Industry Evolution and Employment,* (Vol. 86-110): Cambridge, UK: Cambridgge University Press, .

Carree et Thurik, A. R. (2003). *The impact of entrepreneurship on economic, in: Z.j. Acs and D.B Audretsch (eds), Handbook of Entrepreneurship Research*: Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, USA.

Carsrud, A. B., M. . (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management, 49* (1), 9-26.

Carter, N. M., Gartner, W. B. et Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing, 11*, 151-166.

Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G. et Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing, 18* (1), 13-39.

Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth *Entrepreneurship and Regional Development, 19* (1), 89-107.

Chen, C., Greene, P. et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing, 13*, 295-316.

Collins, C., Hanges, P. et Locke, E. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance, 17* (1), 95-117.

Cossette, J. et Mélançon, S. (2010). Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec : un regard sur 2013 et 2018. *Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE)*, 1-26.

D'Este, P. et Perkmann, M. (2011). Why do academics engage with industry? The entrepreneurial university and individual motivations. *Journal of Technology Transfer, 36*, 316-339.

D'Este, P. et Patel, P. (2007). University–industry linkages in the UK: what are the factors underlying the variety of interactions with industry? . *Research Policy, 36*, 1295-1313.

Daghfous, N. (2006). Analyse de données quantitatives en marketing.

Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. RENT IX Workshop, Piacenza, Italy.

Dawes, M. E., Horan, J. J. et Hackett, G. (2000). Experimental evaluation of selfefficacy treatment on technical/scientific career outcomes. *British Journal of Guidance & Counseling, 28*, 87-100.

DeNoble, A., Jung, D. et Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurship. *Frontiers of entrepreneurship research* 73-87.

Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies, 47* (6), 1123-1153.

Dolan, A. et Morin, G. (1996). *Initiation à la psychologie du travail*

Douglas, E. et Shepherd, D. (2002). Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization *Entrepreneurial Theory and Practice, 26* (3), 81-90.

Duchéneaut, B. (1996). *Les dirigeants de PME, Enquête Chiffres Analyses pour mieux les connaitre.*

Dunn, T. et Holtz-Eakin, D. (2000). Financial Capital, Human Capital and the Transition to Selfemployment: Evidence from Intergenerational Links. *Journal of Labour Economics, 18* (2), 282-305.

Dyer, G. W. J. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship: Theory & Practice, 19* (2), 7-21.

Eccles, J. (1994). Understanding women's educational and occupational choices. *Psychology of Women Quarterly, 18*, 585-609.

Edelman, L. F., Brush, C. G., Manolova, T. S. et Greene, P. G. (2010). Start-up Motivations and Growth Intentions of Minority Nascent Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management, 48* (2), 174-196.

Edmilson, L., Almeida-Lopes, R. M., Jorge-Nassif, V. M. et Da Silva, D. (2012). Intentions entrepreneuriales et opportunités d'amélioration de la formation universitaire: quoi faire au Brésil? , 1-25.

Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat, 3* (1), 1-20.

Erez, A. et Isen, A. M. (2002). The influence of positive affect on the components of expectancy motivation. *Journal of Applied Psychology, 87* (6), 1055-1067.

Eun, J.-H., Lee, K. et Wu, G. (2006). Explaining the "University-run enterprises" in China: A theoretical framework for university–industry relationship in developing countries and its application to China. *Research Policy, 35* (9), 1329-1346.

Feeser, H. R. et Dugan, K. W. (1989). Entrepreneurial Motivation: A Comparison of High and Low Growth High Tech Founders in R. H. Brockhaus, N.C. Churchill, J.A. *Katz, B.A. Kirchhoff, K.A. Vesper, and W.E. Wetzel, Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley*, 13-27.

Foelster et Stefan. (2000). Do Entrepreneurs Create Jobs? *Small Business Economics, 14* (2), 137-148.

Fortin, P.-A. (2002). *La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté* Les éditions Transcontinental inc, et les éditions de la Fondation de l'entrepreneurship, Montréal, Québec. Canada.

François, P.-H. et Botteman, A. E. (2002). Théorie sociale cognitive de Bandura et bilan de compétences: applications, recherches et perspectives critiques. *Carriérologie, 8* (3), 519-543.

Freytag, A. et Thurik, R. (2007). Entrepreneurship and Its Determinants in a Cross-Country Setting. *Journal of evolutionary Economics, 17* (2), 117-131.

Gatewood. (1993). The expectancies in public sector venture assistance. *Entrepreneurship Theory and Practice, 17* (2), 91-96.

Gatewood, Shaver, K. G., Powers, J. et Gartner, W. B. (2002). Entrepreneurial expectancy, task effort, and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice, 27* (2), 187-207.

Gaudreault, S. et Hébert, M. (2013). Pour un développement économique misant sur les PME. *FCEI (Fédération canadienne de l'entreprise indépendante) Document de recherche*, 1-18.

Geroski, P. A. (1989). Entry, innovation, and productivity growth. *Review of Economics and Statistics, 71*, 572-578.

Giles, M. et Rea, A. (1999). Career self-efficacy: an application of the theory of planned behaviour. *Journal of Occupational & Organizational Psychology, 72*, 393-399.

Glaeser, E. L., Kallal, H. D., Scheinkman, J. A. et Shleifer, A. (1992). Growth in Cities. *Journal of Political Economy, 100*, 1126-1152.

Gollwitzer, P. M. (1990). *Action phases and mind-sets.* . In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), Handbook of motivation and cognitions: Foundations of social behavior In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), Handbook of motivation and cognitions: Foundations of social behavior New York: Guilford Press. .

Greenbank, P. (2001). Objective setting in the micro-business. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 7* (3), 108-127.

Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A. et Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33* (2), 397-417.

Hackett, G. et Betz, N. E. (1981). A self-efficacy approach to the career development of women. *Journal of vocational behavior, 18* (3), 326-339.

Harvey, M. et Evans, R. (1995). Strategic Windows in the Entrepreneurial Process *Journal of Business Venturing, 10* (5), 331-347.

Heckhausen, H. (1977). Achievement motivation and its contructs: A cognitive model. Motivation and Emotion. *1*, 283-329.

Hisrich. (1985). The woman entrepreneur in the United States and Puerto Rico: a comparative study. *Leadership and Organizational Development Journal, 5* (5), 3-8.

Hisrich et Brush, C. (1986). Characteristics of the minority entrepreneur. *Journal of Small Business Management, 24*, 1-8.

Holland, D. V. et Garrett, R. (2013). Entrepreneurs' start-up versus persistence decisions: A critical evaluation of expectancy and value. *International Small Business Journal.*

Hornaday, J. A. et Aboud, J. (1973). Characteristics of successful entrepreneurs. Personnel Psychology. *24* (2), 141-153.

Hout, M. et Rosen, H. S. (1999). Self-employment, family background and race. *Working paper. Retrieved from http://www.nber.org/papers/w7344.*

Hsu, D. H., Roberts, E. B. et Eesley, C. E. (2007). Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT. *Research Policy, 36* (5), 768-788.

Iakovleva, T., Kolvereid, L. et Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education+ Training, 53* (5), 353-370.

Janssen, F. (2009). *Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat* (1ière ed.): Groupe De Boeck S.A, Paris, France. .

Julian, S. D. et Ofori-Dankwa, J. C. (2008). Toward an integrative cartography of two strategic issue diagnosis frameworks. *Strategic Management Journal, 29* (1), 93-114.

Julien. (2005). *Les PME : Bilan et perspectives* (3 ed.). Presses Interniversitaires, Québec, Canada. : Presses Interniversitaires, Québec, Canada. .

Julien et Marchesnay, M. (1996). *L'Entrepreneuriat*. Paris, Economica,: Paris, Economica,.

Kanfer, R. (1990). *Motivation theory and industrial and organizational psychology*: Handbook of industrial and organizational psychology (pp. 75–170). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists.

Katz, J. A. (1990). Longitudinal analysis of self-employment follow-through *Entrepreneurship & Regional Development, 2* (1), 15-26.

Katz, J. A. et Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review, 13* (2), 429-441.

Klinger, E. (1975). Consequences of commitments to and disengagement from incentives. *Psychological Review, 82* (1), 1-25.

Rapport-Gratuit.com

Kolvereid, I. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneuriship Theory & Practice*, 47-56.

Kostova, T. (1997). Country institutional profiles: Concept and measurement. *Academy Of Management, Best paper proceeding*, 180-189.

Krueger, N. F. J. (1993). The impact of prior entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasability and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5-20.

Krueger, N. F. J. et Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *In Entrepreneurship Theory and Practice* 91-104.

Krueger, N. F. J. et Dickson, P. R. (1994). How believing in our se Ives increase risk-taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision sciences, 25* (3), 385-400.

Krueger, N. F. J., Reilly, M. D. et Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing 15* (5/6), 411-432.

Kuratko, D. F., Hornsby, J. S. et Naffziger, D. W. (1997). An Examination of Owner's Goals in Sustaining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management, 35* (1), 24-33.

Lafuente, A. et Salas, V. (1989). Types of entrepreneurs and firms : the case of new spanish firms. *Strategic management journal, 10*, 17-30.

Lambert, D. (2010). *Motivation, Biological, Psychological and Environmental* (3 ed.). Person Education, Inc., Boston: Person Education, Inc., Boston.

Laufer, J. (1975). Comment on devient entrepreneur. *Revue française de gestion,*, 11-26.

Le Grand Larousse illustré (Éd.) (2015) Le Grand Larousse illustré (3 éd.). Paris, France Larousse 2014.

Le Petit Larousse illustré (Éd.) (2013) Le petit Larousse illustré, . Paris, France Larousse 2012.

Lecomte, J. (2004). Les applications du sentiment d'efficacité personnelle. *Savoirs* (5), 59-90.

Lent, R. W., Brown, S. D. et Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior, 45*, 79-122.

Lent, R. W., Brown, S. D. et Hackett, G. (2002). *Social cognitive career theory, dans D. Brown (dir.) Career choice and development* (4 ed.). Jossey-Bass, San-Francisco, USA

Lent, R. W., Brown, S. D., Sheu, H. B., Schmidt, J., Brenner, B. R., Gloster, C. S., et al. (2005). Social cognitive predictors of academic interest and goals in engineering: Utility for women and students at historically black universities. *Journal of Counseling Psychology, 52* (1), 84-92.

Letowski, A. (1992). *Comment aborder et analyser les réalités de la création d'entreprises?*

Lever, M. H. C. et Nieuwenhuijsen, H. R. (1999). *The impact of competition on productivity in Dutch manufacturing, in: D.B. Audretsch and A.R. Thurik (eds.), Innovation, Industry Evolution and Employment*. Cambridge: Cambridge University Press.

Locke, E. A. et Lathan, G. P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*: Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Loehlin, J. C., McCrae, R. R., Costa, P. T. et John, O. P. (1998). Heritabilities of common and measure-specific components of the Big Five personality factors. *Journal of Research in Personality, 32* (4), 431-453.

Lorrain, J. et Laferté, S. (2006). Support needs of the young entrepreneur. *Journal of Small Business and Entrepreneurship, 19* (1), 34-48.

Lumpkin, G. T. et Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review, 21* (1), 1335-1172.

Lunenburg, F. C. (2011). Expectancy Theory of Motivation: Motivating by Altering Expectations. *International Journal of Management, Business, and Administr, 15* (1), 1-6.

Lynd-Stevenson, R. M. (1999). Expectancy-value theory and predicting future employment status in the young unemployed. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 72*, 101-107.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Maddux, J. E. (1999). *Expectancies and the social cognitive perspective: Basic principles, processes, and variables. In I. Kirsh (Ed.), How expectancies shape behavior (pp. 17-40).* American Psychological Association, Washington, DC.

Manolova, Brush et Edelman. (2008a). What do Women (and Men) Want? Entrepreneurial Expectancies of Women and Men Nascent Entrepreneurs. *Babson College Center for Entrepreneurship Research Paper.*

Manolova, Brush et Edelman. (2008b). What do women entrepreneurs want? Strategic Change. *17* (3-4), 69-82.

McClelland, C. D. (1987). *Human Motivation.* Cambridge University Press, New York, USA: Cambridge University Press, New York, USA.

McGee, Peterson, Mueller et Sequeira, J. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 965-988.

MDEIE. (2008). Taux de survie des nouvelles entreprises au Quebec.

Menzies, T. V., Diochon, M., Gasse, Y. et Elgie, S. (2006). A longitudinal study of the characteristics, business creation process and outcome differences of Canadian female vs. male nascent entrepreneurs. *The International Entrepreneurship and Management Journal, 2* (4), 441-453.

Meyer-Krahmer, F. et Schmock, U. (1998). Science-based technologies: university–industry interactions in four fields. *Research Policy, 27* (8), 835-851.

Miles, R. E. et Snow, C. C. (1978). *Organisational strategy structure and process,* . Mc Graw Hill Book Company: Mc Graw Hill Book Company.

Moffitt, T. E., Caspi, A. et Rutter, M. (2005). Strategy for investigating interactions between measured genes and measured environments. *Archives of General Psychiatry 62*, 473-481.

Morales-Gualdrón, S. T., Gutiérrez-Gracia, A. et Dobón, S. R. (2008). The Entrepreneurial Motivation in Academia: A Multidimensional Construct. *International Entrepreneurship and Management Journal, 5* (3), 301-317.

Moreau, R. (2006). Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale? *The 8th CIFEPME, Fribourg, Suisse, October*, 25-27.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. et Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development, 39* (2), 162-185.

Naffziger, D. W., Hornsby, J. S. et Kuratko, D. F. (1994). A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18* (3), 29-42.

Nesdale, D. et Pinter, K. (2000). Self-efficacy and job-seeking activities in unemployed ethnic youth. *Journal of Social Psychology, 140* (5), 608-614.

Nickell. (1996). Competition and corporate performance. *Journal of Political Economy, 104*, 724-746.

Nickell, Nicolitsas, P. et Dryden, N. (1997). What makes firms perform well? *European Economic Review, 41*, 783-796.

Nicolaou, N. et Shane, S. (2009). Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity? *Journal of business venturing, 24* (1), 1-22.

Niles, S. G. et Sowa, C. J. (1992). Mapping the nomological network of career self-efficacy. *Career Development Quarterly, 41* (1), 13-21.

Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. New-York: McGraw-Hill: New-York: McGraw-Hill.

Oettingen, G. et Mayer, M. (2002). The motivating function of thinking about the future: Expectations Versus fantasies. *Journal of Personality and Social Psychology, 83* (5), 1198-1212.

Oren, L. (2012). Job Stress and Coping: Self-Employed versus Organizationally Employed Professionals *Stress and Health, 28* (2), 163-170.

Pareek, U. (1994). Entrepreneurial Role Stress. *Journal of Entrepreneurship, 3* (1), 55-67.

Peterman, N. E. et Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 28* (2), 129-144.

Petri, H. L. (1996). *Motivation. Theory, Research, and Applications* (4 ed.). A division of International Thomson Publishinh Inc. USA: A division of International Thomson Publishinh Inc. USA.

Plomin, R., DeFries, J. C. et Loehlin, J. C. (1977). Genotype–environment interaction and correlation in the analysis of human behavior. *Psychological Bulletin 84*, 309-322.

Proulx, M.-E. (2012). Plan cap vers un Québec plus entrepreneurial: Indice entrepreneurial québécois. *Fondation de l'Entrepreneurship*, 1-60.

Rajabi, S., Papzan, A. et Zahedi, G. (2012). Application of Social Cognitive Career Theory to Investigate the Effective Factors of the Career Decision-Making Intention in Iranian Agriculture Students by Using ANN. 1-13.

Renko, M., Kroeck, G. K. et Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. 1-18.

Risker, C. D. (1998). Toward an Innovation Typology of Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship, 15* (2), 27-41.

Robbins, D. K., Pantuosco, L. J., Parker, D. F. et Fuller, B. K. (2000). An empirical assessment of the contribution of small business employment to U.S. state economic performance. *Small Business Economics, 15*, 293-302.

Robichaud, Y. et McGraw, E. (2008). Les motivations entrepreneuriales comme facteur explicatif de la taille des entreprises. *Journal of Small Business and Entrepreneurship, 21* (1), 59-74.

Rogers, M. E. et Creed, P. A. (2011). A longitudinal examination of adolescent career planning and exploration using a social cognitive career theory framework. *Journal of Adolescence, 34* (1), 163-172.

Rogers, M. E., Creed, P. A. et Glendon, A. I. (2008). The role of personality in adolescent career planning and exploration: A social cognitive perspective *Journal of vocational behavior, 73* (1), 132-142.

Rosa, P. J., Kodithuwakku, S. S. et Balunywa, W. (2006). Entrepreneurial Motivation in developing countries: what does "necessity" and "opportunity" entrepreneurship really mean? *Frontiers of Entrepreneurship Research, 26* (4), 1-20.

Rowe, D. (2003). *Assessing genotype×environment interactions and correlations in a Postgenomic World. In: Plomin, R., DeFries, J.C., Craig, I.W., McGuffin, P. (Eds.), Behavioral Genetics in the Postgenomic Era.* American Psychological Association, Washington, DC, USA.

Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise.* Edward Elgar Publishing: Edward Elgar Publishing.

Scarr, S. (1992). Developmental theories for 1990s: development and individual differences. Child Development. *63* (1), 1-19.

Schjoedt, L. et Shaver, K. G. (2007). Deciding on an Entrepreneurial Career: A Test of the Pull and Push Hypotheses Using the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics Data. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 733-752.

Schlaegel, C. et Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice, 38* (2), 291-332.

Schunk, D. H. (1987). Peer models and children's behavioral change. *Review of educational research, 57* (2), 149-174.

Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist, 26* (3,4), 207-231.

Scott, M. G. et Anderson, A. (1992). The Environment for Rural Entrepreneurship: The Commodification of the Countryside. *Working Paper, Stirling University: Scottish Enterprise Foundation*, 1-14.

Segal, G., Borgia, D. et Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 11* (1), 42-57.

Sequeira, J., Mueller, S. L. et Mcgee, J. E. (2007). The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship, 12* (3), 275-294.

Shane. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation.* Cheltenham,UK, Edward Elgar Publishing.

Shane, Locke, E. A. et Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review, 13* (2), 257-279.

Shane, Nicolaou, N., Cherkas, L. et Spector, T. D. (2010). Genetics, the big five, and the tendency to be self-employed. *Journal of Applied Psychology, 95* (6), 1154-1162.

Shane et Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review, 25* (1), 217-226.

Shapero, A. et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.

Shinnar, R. S., Giacomin, O. et Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice, 36* (3), 465-493.

Siegel, D. S., Waldman, D., Atwater, L. E. et Link, A. N. (2004). Toward a model of the effective transfer of scientific knowledge from academicians to practitioners: Qualitative evidence from the commercialization of university technologies. *Journal of Engineering and Technology Management, 21* (1-2), 115-142.

Simon, B. (2010). L'intention entrepreneuriale, l'application au terrain agricole: Actes du 10ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Bordeaux.

Sinclair, R. F. (2008). The first step toward a theory of the entrepreneurial career. *USASBE, San Antonio, TX., Jan. 10-13*, 773-796.

Singh, I. et Prasad, T. (2012). Entrepreneurial Intent – A Review of Literature. *Ninth AIMS International Conference on Management.*

Skinner, E. A. (1996). A guide to constructs of control. *Journal of Personality and Social Psychology, 71* (3), 549-570.

Smith. (1967). *The entrepreneur and his firm: The relationship between type of man and type of company*. East Lansing, Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University, USA.

Smith et Miner, J. B. (1983). Type of Entrepreneur, Type of Firm, and Managerial Motivation: Implication for Organizational Life Cycle Theory *Strategic Management Journal, 4* (4), 325-340.

Smith et Miner, J. B. (1985). Motivational considerations in the success of technologically innovative entrepreneurships: Extended sample findings. In J. A. .

Solesvik, M. (2013). Entrepreneurial Motivations and Intentions: Investigating the Role of Education Major. *55* (3), 253-271.

St-Jean, Nafa, A., Tremblay, M., Janssen, F., Baronet, J. et Loué, C. (2014). Entrepreneurial intentions of university students: an international comparison between African, European and Canadian students. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 18* (2-3), 95-114.

St-Jean et Tremblay, D. G. (2014). Situation de l'activité entrepreneuriale québécoise 2013. *Global Entrepreneurship Monitor, Rapport du Québec 2013, Institut de recherche sur les PME, Trois-Rivières, Québec, Canada.*

St-Jean, Tremblay, M., Janssen, F., Baronet, J., Loué, C. et Nafa, A. (2012). L'importance des mentors dans la saisie d'opportunités d'affaires chez les étudiants universitaires. *11ième Conférence Internationale Francophone en Entrepreneuriat et PME, Brest, France,*, 24-26.

St-Pierre, J. (2011). *La gestion financière des PME*. Presses de l'Université du Québec, Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec, Québec, Canada.

Steel, P. et Konig, C. J. (2006). Integrating theories of motivation. *Academy of Management Review, 31* (4), 889-913.

Stefanovića, I., Rankovićb, L. et Prokićc, S. (2011). Entrepreneurs' motivational factors: empirical evidence from Serbia. *Serbian Journal of Management 6*(1), 73-83.

Stephan, U. et Roesler, U. (2010). Health of entrepreneurs versus employees in a national representative sample. *Journal of Occupational & Organizational Psychology, 83* (3), 717-738.

Tagiuri, R. et Davis, J. (1992). On the Goals of Successful Family Companies. *Family Business Review, 5* (1), 43-62.

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33* (3), 669-694.

Thurik, A. R. (1996). *Small Firms, Entrepreneurship and Economic Growth', in P. H. Admiraal (ed.), Small Business in the Modern Economy*. Oxford, U.K.: Basil Blackwell Oxford, U.K.: Basil Blackwell Publishers.

Timmons, J. A. et Spinelli, S. J. (2009). *New venture creation : entrepreneurship for the 21st century* (Illustrated ed.). New York : McGraw-Hill/Irwin, USA.

Townsend, M. D., Busenitz, W. L. et Arthurs, D. J. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing, 25*, 192-202.

Valéau, P. (2007). L'engagement des entrepreneurs : des doutes au second souffle. *Revue Internationale PME, 20* (1), 121-154.

Van Dierdonck, R. et Debackere, K. (1988). Academic entrepreneurship at Belgian Universities. *R&D Management, 18* (4), 341-353.

Van Eerde, W. et Thierry, H. (1996). Vroom's Expectancy Models and Work-Related Criteria: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology 81*, 575-586.

Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. et Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International, 13* (6), 538-559.

Vancouver, J. B., Thompson, C. M. et Williams, A. A. (2001). The changing signs in the relationships among self-efficacy, personal goals, and performance. *Journal of Applied Psychology, 86* (4), 605-620.

Vesper, K. H. (1980). *New venture strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.: Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New-York, Wiley, USA.

Wang, Lu, W. et Millington, J. K. (2011). Determinants of Entrepreneurial intention Among college students in China and USA. *Journal Of Global Entrepreneurship Research, Winter &, 1* (1), 35-44.

Webb, T. L. et Sheeran, P. (2007). How do implementation intentions promote goal attainment? A test of component processes. *Journal of Experimental Social Psychology, 43*, 295-302.

Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R. et Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics, 24* (3), 293-309.

White, R. E., Thornhill, S. et Hampson, E. (2007). A biosocial model of entrepreneurship: the combined effects of nurture and nature. *Journal of Organizational Behavior, 28* (4), 451–466.

Wiklund, J., Davidsson, P. et Delmar, F. (2003). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship Theory and Practice, 27* (3), 247-271.

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* (3), 387-407.

Young, D. R. (1983). Models of entrepreneurs. in If Not For Profit, for What? . *A Behavioural Theory of the Non—Profit Sector Based on Entrepreneurship, Toronto: Lexington Books*, 55-74.

Zhao, H., Seibert, S. E. et Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology, 90* (6), 1265-1272.

Zhao, H., Seibert, S. E. et Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management, 36* (2), 381-404.

RapportGratuit.com

Zimmerman, M. et Chu, H. (2013). Motivation, Success and Problems of Entrepreneurs in Venezuela. *Journal of Management Policy and Practice, 14* (2).