

Table des matières

SOMMAIRE	iii
Table des matières.....	v
LISTE DES TABLEAUX.....	vii
LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS	ix
REMERCIEMENTS	x
1 PROBLÉMATIQUE.....	11
1.1 Problématique managériale	11
1.2 Problématique théorique.....	14
2 REVUE DE LA LITTÉRATURE	18
2.1 Intention d'entreprendre	18
2.1.1 Intention d'entreprendre sous le prisme de la TSCC	19
2.2 Théorie sociocognitive	22
2.2.1 Processus cognitif	24
2.2.2 Processus motivationnel.....	24
2.2.3 Processus affectif	24
2.2.4 Processus sélectif	25
2.3 Motivation	26
2.3.1 Théorie de l'autodétermination	28
2.3.2 Autodétermination et l'intention d'entreprendre	47
2.3.3 Contexte social et l'intention d'entreprendre	48
2.3.4 Besoins psychologiques de base et l'intention d'entreprendre	48
2.3.5 Types de buts et l'entrepreneuriat	50
2.4 Auto-efficacité.....	52
2.4.1 Définition	52
2.4.2 Facteurs de développement de l'auto-efficacité.....	54
2.4.3 Dimensions de mesure de l'AÉE	57

2.4.4	Rôle de l'AÉE dans le développement de l'intention d'entreprendre et le choix de carrière entrepreneuriale.....	60
2.4.5	AÉE et la motivation autodétermination.....	62
2.5	Cadre conceptuel.....	63
2.5.1	Modèle de recherche.....	63
2.5.2	Variables retenues.....	66
2.5.3	Objectif de recherche.....	67
2.5.4	Hypothèses de recherches.....	67
3	MÉTHODOLOGIE.....	69
3.1	Devis de recherche.....	69
3.2	Échantillonnage.....	70
3.3	Description de l'échantillon.....	72
3.4	Collecte des données.....	73
3.5	Mesures.....	73
3.5.1	Variable dépendante.....	74
3.5.2	Variables indépendantes.....	75
3.5.3	Variable médiatrice.....	79
3.5.4	Variable de contrôle.....	80
3.6	Méthode d'analyse.....	83
4	RÉSULTATS.....	86
4.1	Analyse corrélacionnelle.....	86
4.2	Analyse de régression.....	89
5	DISCUSSION.....	98
5.1	Limites.....	102
5.2	Avenues de recherches futures.....	104
	CONCLUSION.....	106
	RÉFÉRENCES.....	108
	ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE EN LIGNE.....	118

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Population totale étudiée.....	71
Tableau 2 : Questions permettant de situer les répondants en amont ou en aval de l'intention.....	72
Tableau 3 : Exposition à une entreprise familiale.....	73
Tableau 4: Mesure de l'intention d'entreprendre (Thompson, 2009).....	74
Tableau 5 : Mesure des cinq (5) dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale.....	76
Tableau 6 : Synthèse des résultats de l'analyse de la fiabilité et de la validité.....	77
Tableau 7 : Classification et mesure des buts.....	78
Tableau 8 : Tableau de mesure de l'intérêt entre. Basé sur (Mc Gee et al. 2009).....	80
Tableau 9 : Mesure des opinions des proches.....	82
Tableau 10 : Mesure de l'importance accordée aux proches.....	82
Tableau 11: Moyennes, écart-type et corrélations des variables.....	88
Tableau 12: Régressions hiérarchiques de l'intention d'entreprendre.....	91
Tableau 13: Régressions hiérarchiques des intérêts entrepreneuriaux.....	96
Tableau 14 : Régression hiérarchique de la variable intérêts entrepreneuriaux	97

LISTE DES FIGURES

Figure 1 Relation de réciprocité de Bandura (1986).....	23
Figure 2: Composantes de la théorie de l'autodétermination (Marx, 2010).....	30
Figure 3: Taxonomie des types de motivation (Ryan et Deci, 2000a).....	39
Figure 4 : Modèle de recherche illustrant le développement de l'intention d'entreprendre.	65

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

AÉ : Auto-efficacité.

AÉE : Auto-efficacité entrepreneuriale.

GEM : *Global Entrepreneurship Monitor*.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économique.

PME : Petite et moyenne entreprise.

R & D : Recherche et développement.

TAD : Théorie de l'autodétermination

TSC : Théorie sociocognitive.

TSCC : Théorie sociocognitive de la carrière.

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à remercier mon encadreur, Étienne St-Jean, pour sa patience, ses recommandations, ses conseils avisés et sa disponibilité. Sa présence était indispensable pour la réalisation de ce mémoire. Je remercie aussi le personnel de l'UQTR et en particuliers le personnels de la bibliothèque pour la qualité de leurs services.

Ensuite, un grand merci à mon amour Amina qui était ma source d'énergie durant ce long séjour au Québec. Je remercie ma chère mère Amel, ma tante Magda et son époux Messaoud à qui j'attribue la plus grande part de ma réussite et je leur dis que vos sacrifices n'ont pas été vains. Je remercie profondément mes sœurs Hanene, Farida et Racha et mes frères Mohamed et Ali pour leur contribution à ma réussite.

Également, je ne peux passer sans remercier mes amis Bouzid, Arif, Aboubakr, Idriss et Imad pour leurs encouragements et leurs assistances. Finalement je remercie Nathalie pour sa précieuse aide.

En fin, je dédie ce travail à mon cher et regretté père (qu'Allah t'accorde sa miséricorde et accueille ton âme dans son paradis) son souvenir est toujours présent dans mon cœur. Tu étais un père exceptionnel plein de bonté, de courage, de générosité et surtout de sagesse.

1 PROBLÉMATIQUE

Ce premier chapitre expose la problématique de l'étude. Il situe tout d'abord le contexte et cerne le problème à l'étude. L'importance de la recherche y est finalement décrite.

1.1 Problématique managériale

Le secteur de l'entrepreneuriat et de petites entreprises (PME) étaient marginalisés durant l'après-Seconde Guerre mondiale, où l'économie d'échelle était le seul indicateur d'efficacité et de croissance économique. Dans cette approche économique, les petites entreprises étaient considérées inefficaces et leur rôle dans l'économie des pays continua à diminuer (Audretsch, 2006). Il fut toujours le cas même pendant les années 1980, où les pays étaient dirigés vers l'économie de la connaissance et les grandes entreprises étaient les seules firmes à jouir d'un avantage d'investissement dans la recherche et développement (*RetD*) et dans le capital humain. Quant aux petites entreprises, leur incapacité à générer de larges investissements en connaissance les empêchait de développer un avantage compétitif dans cette économie (Audretsch, 2006). C'est grâce à la globalisation et à la révolution des technologies d'information et de communication au début des années 1990 que l'entrepreneuriat a émergé comme une organisation significative générant de l'innovation, de la croissance économique et de l'emploi (Audretsch, 2006). En effet, les petites firmes et l'entrepreneuriat apparurent à jouer un rôle crucial pour la croissance économique, l'innovation la création de l'emploi et à la vitalité de l'économie dans son ensemble à partir des années 1990 (Audretsch, 2006). Le secteur des PME est devenu la pierre angulaire pour le dynamisme régional et national d'un pays (Julien, 2005).

Les données collectées par les organismes nationaux et internationaux sur les PME indiquent que ces derniers jouent un rôle fondamental pour la croissance inclusive et

l'emploi. Selon l'OCDE en 2010 (Organisation de Coopération et de Développement Économiques), les PME représentent 99% du total des entreprises et les deux tiers (2/3) de l'emploi dans la zone de l'OCDE. Dans un éventail de pays, un pourcentage entre 1 et 6% des nouveaux emplois est dû aux PME nouvellement créées. Toutefois, selon le rapport l'OCDE en 2010¹, la création d'entreprises et les PME ont été fortement touchées par la crise mondiale financière et économique en 2008-2009, qui s'est accompagnée de fermetures d'entreprises et de rationalisations en nombre.

Compte tenu du poids des PME en termes d'emploi, l'OCDE appelle les autorités à prendre en compte les répercussions des politiques qui les visent². Cet organisme recommande aux pays membres de prendre des mesures pour soutenir les PME sur plusieurs aspects (en matière de financement, de croissance, d'exportation et l'innovation), mais sans trop s'occuper du problème de la rotation des entreprises, c'est-à-dire les sorties d'entreprises et leur remplacement par des entrées.

Au Canada, la moyenne d'âge pour démarrer une entreprise est de 41 ans (Cossette, Mélançon, et Desbiens, 2010). Selon l'estimation de Cossette, Mélançon et Desbiens (2010), l'entrepreneuriat reculera de 5,3% au Canada au bout de dix ans (2008-2018). Au Québec, les chiffres sont plus inquiétants. En effet, ce problème prend beaucoup plus d'ampleur au Québec que dans le reste des provinces du pays du fait de l'accélération du vieillissement de la population dans les prochaines 20 années (Cossette, Mélançon, et Desbiens, 2010). Cossette, Mélançon et Desbiens (2010) indiquent aussi que le départ avancé des *baby-boomers* en grand nombre et qui ne cesse d'accroître, laisse les acteurs économiques inquiets quant à la relève par les nouveaux entrepreneurs qui ne cesse de diminuer. Ces auteurs estiment un recul de 13,9% de l'entrepreneuriat au Québec d'ici 2018.

¹ Réunion à haut niveau « Bologne + 10 » du GTPMEE sur les enseignements de la crise mondiale et la voie à suivre pour créer des emplois et soutenir la croissance, Paris, 17-18 novembre 2010.

² Ibid.

En outre, selon l'enquête menée par St-Jean et Duhamel (2015) sur l'entrepreneuriat au Québec, l'intention d'entreprendre chez les Québécois est parmi les plus élevées des pays tirés par l'innovation. Avec un taux de 19,1%, elle dépasse tout le reste du Canada (16%), ce taux a fait un saut par rapport à celui trouvé dans l'enquête de 2013 (15,6%), qui était en bas du reste du Canada pour cette période (17,5%). En revanche, cette enquête constate que ce changement positif de l'intention d'entreprendre chez les Québécois ne se répercute pas sur le taux d'entrepreneurs naissants qui reste aussi bas que le reste du Canada. Donc, l'intention de devenir entrepreneur ne suffit pas à elle seule, il faut passer à l'acte. Cette rétention au niveau de l'intention d'entreprendre revient selon cette enquête, d'une part, au faible sentiment d'auto-efficacité qui était constatée chez cette population (34,8%), par rapport au reste des Canadiens (53,4%) et d'une autre part, il est probablement dû à des barrières externes à la personne. Mais cette analyse est sans aucun doute incomplète. En effet, selon Carsrud et Brännback (2011), la concrétisation de l'intention d'entreprendre nécessite de la motivation. Cette motivation semble jouer un rôle important dans le développement de l'intention d'entreprendre et dans le passage à l'action d'entrepreneuriale.

Pour remédier à ce problème, les autorités québécoises concernées doivent prendre les mesures nécessaires pour faire face à cette pénurie d'entrepreneurs et au faible passage à l'action d'entreprendre au Québec. Concrètement, ces mesures devraient d'une part, favoriser et stimuler la création de nouvelles entreprises pour compenser la retraite envisagée des entrepreneurs, et d'une autre part, garder les entreprises déjà existantes. Il s'avère donc important d'assurer le renouvellement, basé sur l'innovation, des entreprises et d'accompagner les nouveaux propriétaires d'entreprises lors du transfert ou l'achat d'une entreprise.

Ces mesures peuvent se concrétiser par des politiques publiques stimulant l'intention d'entreprendre chez les jeunes étudiants québécois et les inciter à accéder à l'entrepreneuriat dès leur sortie de l'université. Les étudiants universitaires constituent

l'une des populations les plus susceptibles de combler le déficit attendu des entrepreneurs, car cette tranche de population jouit de l'avantage d'accéder rapidement à la carrière entrepreneuriale. En effet, pour la majorité des personnes les études universitaires représentent un portail pour accéder au marché du travail. À la fin de leurs études, elles se retrouvent confrontées à faire un choix de carrière. Parmi ceux qui expriment l'intention devenir entrepreneurs, certains se mettent à la recherche d'un poste salarié et repoussent leur ambition entrepreneuriale à plus tard, voir à jamais, d'autres se mettent à la recherche d'une opportunité qui leur permet de concrétiser cette intention de devenir entrepreneur.

En outre, les autorités doivent prendre conscience de l'importance des universités dans la création d'entreprises, le développement régional et national et de son rôle sur le développement du sentiment d'auto-efficacité (Lecomte, 2004). La contribution des universités dans l'innovation à côté des entreprises et du gouvernement est primordiale, en effet le développement de la région de la *Silicon Valley*, aux États-Unis, qui est devenue un pôle majeur d'entreprise de haute technologie, revient dans une grande part à l'université de *Stanford* (Castells, 2014). Pour ces raisons, nous nous sommes intéressés dans cette recherche à cette population en se focalisant sur leur intention d'entreprendre, qui reste selon plusieurs recherches, le seul est unique prédicteur de l'action d'entreprendre, du moins en ce qui concerne les décisions importantes dans la vie d'une personne, comme le choix de carrière (Ajzen, 2002; Boyd et Vozikis, 1994; Guerrero, Rialp, et Urbano, 2008; Krueger Jr, Reilly, et Carsrud, 2000). Dans la prochaine section, nous abordons la contribution attendue d'un point de vue théorique.

1.2 Problématique théorique

À travers cette recherche, nous nous intéressons aux forces qui transforment l'intention d'entreprendre en acte entrepreneurial. Plus précisément, nous focalisons sur l'influence de l'auto-efficacité et de la motivation autodéterminée sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. La littérature est assez considérable quant à la

recherche sur l'intention d'entreprendre et les théories qui ont été développées afin d'expliquer le processus de choix de carrière sont nombreuses. Principalement, celles-ci se concentrent autour de la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et sokol (1982), de la théorie de l'action raisonnée d'Ajzen (1991) et de la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al. (2002). Parallèlement à cela, Carsrud et Brännback (2011) rapportent que l'étude sur la motivation des entrepreneurs n'est pas suffisamment explorée. De toutes les principales théories expliquant l'intention d'entreprendre, seule la théorie sociocognitive de la carrière (TSCC) aborde spécifiquement la motivation comme déterminant au choix de carrière. Ce prisme théorique semble donc plus adéquat pour répondre à l'appel d'étudier la motivation dans le contexte de l'entrepreneuriat, tout en étant plus explicite que les autres théories quant à l'importance de l'apport du profil individuel et contextuel au développement de l'intention d'entreprendre et au passage vers l'action et la rétention à la carrière entrepreneuriale (St-Jean, Tremblay, et Jacquemin, 2013).

Selon la TSCC, l'intention est influencée par l'auto-efficacité et les attentes de résultats, qui constituent la motivation, par la médiation de l'intérêt. L'auto-efficacité consiste à la croyance qu'une personne est capable de faire avec ces habiletés sous différentes circonstances (Bandura, 1977, 1997). L'auto-efficacité entrepreneuriale réfère à la croyance aux capacités individuelles de fournir ou non un comportement entrepreneurial et la perception que ce comportement aboutisse ou non à la création et la gestion d'une entreprise et d'atteindre les résultats désirés (BarNir, Watson, et Hutchins, 2011; Chen, Greene, et Crick, 1998; Forbes, 2005; Kickul, Wilson, Marlino, et Barbosa, 2008; McGee, Peterson, Mueller, et Sequeira, 2009). L'attente de résultat joue un rôle important dans la motivation (Ajzen, 1988; Barak, 1981; Vroom, 1964). Mais selon Bandura (1977), elle ne suffit pas à accomplir le comportement. En effet, la personne ne sera pas vraiment motivée si elle n'est pas simultanément persuadée de sa capacité à accomplir la tâche.

La revue de la littérature nous a permis de constater que le concept d'auto-efficacité est une composante clé dans plusieurs modèles expliquant l'intention d'entreprendre (Ajzen, 1991; Chen et al., 1998; Davidsson, 1995; Krueger et Brazeal, 1994; Krueger et Carsrud, 1993; Lent, Brown, et Hackett, 2002; Robinson, Stimpson, Huefner, et Hunt, 1991; Shapero et Sokol, 1982). Également, des recherches empiriques démontrent que l'auto-efficacité entrepreneuriale est importante dans le développement de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires (Betz et Hackett, 1981; Carr et Sequeira, 2007; Cunningham, Bruening, Sartore, Sagas, et Fink, 2005; Zhao, Seibert, et Hills, 2005).

Dans cette recherche nous allons étudier la motivation entrepreneuriale sous la théorie de l'autodétermination (TAD) (Deci et Ryan, 1985). En effet, cette théorie permet de classer la motivation selon sa source (extrinsèque/ intrinsèque) et elle permet de mesurer le niveau de motivation de la personne. Cela permet va nous permettre d'estimer et par la suite classer les individus selon leur niveau de motivation ce qui n'est pas le cas avec la théorie des attentes. Également, la TAD possède l'avantage de pouvoir attribuer à chaque niveau de motivation des caractéristiques comportementales distinctes. Ainsi, ce travail tente de contribuer à avancer la recherche par l'intégration théorique de l'autodétermination dans le modèle de TSCC à la place de la théorie des attentes pour expliquer le processus motivationnel inhérent au choix de carrière, et en particulier, la carrière entrepreneuriale.

De manière plus explicite, nous tentons d'étudier si l'intégration de la TAD dans la TSCC offre une explication additionnelle et distincte à l'intention de devenir entrepreneur. La TAD a été développée par les psychologues Edward Deci et Richard Ryan (1985). Le concept d'autodétermination réfère à la liberté du choix (Deci et Ryan, 1985; Thill et Vallerand, 1993). À l'inverse des autres théories de la motivation, qui considèrent la motivation comme un concept unique, la TAD a permis de distinguer plusieurs types de motivation et d'associer à chaque type des caractéristiques

comportementales propres (Gagné et Deci, 2005). Cette distinction se présente dans un continuum allant du niveau de motivation inexistante (l'amotivation) à un haut niveau de motivation (motivation intrinsèque) en passant par la motivation extrinsèque (Ryan et Deci, 2000b). « La TAD examine aussi les objectifs et les aspirations de vie des gens, en comparant les éléments différentiels entre les objectifs de vie intrinsèques et extrinsèques par rapport à la performance et à la santé psychologique » (Deci et Ryan, 2008b, p. 182). En effet, cette théorie associée la motivation intrinsèque à des comportements exemplaires de la part des individus intrinsèquement motivés, elle ajoute que les aspirations de vie et les buts fixés dans le cas d'une motivation intrinsèque sont supérieurs à ceux des personnes qui sont extrinsèquement motivées. Cette théorie nous laisse croire que les personnes intrinsèquement motivées envers l'entrepreneuriat font preuve de persévérance et de forte intention d'entreprendre, et du coup, d'une forte détermination à accomplir l'acte entrepreneurial. Plus précisément, à travers l'inclusion de l'autodétermination à la TSCC, nous allons explorer les effets possibles de ce type de motivation sur l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires en tenant compte de leur sentiment d'auto-efficacité entrepreneurial.

Ce travail tente de répondre à cette problématique en s'articulant de la manière suivante : le prochain chapitre présente la littérature existante sur les variables susmentionnées, le modèle de recherche proposé, les liens entre les variables, la question de recherche et les hypothèses. Le troisième chapitre présente la méthodologie adoptée dans cette recherche. Nous y aborderons le devis de recherche, la description de l'échantillon, la collecte des données et l'opérationnalisation des variables retenues. Le quatrième chapitre sera consacré aux résultats de cette étude, suivis du chapitre dans lequel les résultats seront interprétés et les hypothèses y seront discutées. Les limites et des suggestions pour futures recherches seront abordées dans le même chapitre. Enfin, en conclusion, nous ferons la synthèse de la démarche et de la contribution à l'avancement des connaissances.

2 REVUE DE LA LITTÉRATURE

La revue de la littérature va s'articuler comme suit : En premier lieu, nous allons projeter la lumière sur la principale variable de cette recherche : l'intention d'entreprendre. Nous allons présenter les principales théories qui ont tentées d'expliquer ce concept, notamment la TSCC sur laquelle repose ce mémoire. En deuxième lieu, nous allons définir la théorie sociocognitive du psychologue Albert Bandura (1986), afin de comprendre la réflexion de l'apprentissage par l'observation, qui constitue la base de la TSCC. En troisième lieu, nous présenterons la TAD avec ses éléments qui va nous permettre de classer les buts ainsi que la motivation des personnes selon leur source de motivation et degré d'autodétermination et du coup, la prédiction des caractéristiques comportementales des personnes selon le type de motivation. En quatrième lieu, nous présenterons la théorie de l'auto-efficacité et le concept d'auto-efficacité entrepreneuriale (AÉE) qui constitue un élément central dans la TSCC. Nous allons voir l'influence de ce concept sur l'intention d'entreprendre et du coup, le choix de la carrière entrepreneuriale. En dernier lieu, nous concluons par la présentation des hypothèses retenues et du cadre théorique.

2.1 Intention d'entreprendre

L'intention d'entreprendre représente l'intention de l'individu à démarrer une nouvelle entreprise. Elle est souvent considérée comme l'état d'esprit précédent l'action d'entreprendre (Krueger, 1993; Krueger et Brazeal, 1994). Justement, le processus de création d'entreprises commence par le développement de l'intention (Shook, Priem, et McGee, 2003), cette intention est selon Krueger Jr et al. (2000), le meilleur prédicteur du comportement d'entreprendre. Il est donc primordial de comprendre le développement de l'intention d'entreprendre afin de comprendre, subséquemment, le comportement entrepreneurial.

Deux théories majeures prédominent le champ de recherche sur l'intention d'entreprendre et le comportement entrepreneurial : la théorie de l'action raisonnée

d'Ajzen (1991) et la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokole (1982). Krueger et Brazeal (1994) reconnaissent que ces deux théories sont cohérentes. En effet, les deux théories contiennent dans leur modèle les concepts d'auto-efficacité (faisabilité) et de désirabilité. Cependant, il existe une divergence entre les deux théories. La théorie de l'évènement entrepreneurial se focalise sur l'aspect individuel tandis que la théorie de l'action raisonnée se focalise sur l'aspect environnemental (Shook et Bratianu, 2010).

Selon la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), le choix d'entreprendre dépend des trois variables suivantes : les perceptions de la désirabilité et de la faisabilité de l'acte et la propension à l'action. Selon Shapero et Sokol (1982), la désirabilité réfère à la perception de la personne de son désir de démarrer une entreprise, tandis que la faisabilité réfère à la perception de l'auto-efficacité de la personne à créer une entreprise. La propension à l'action, quant à elle, réfère aux dispositions individuelles de la personne qui lui permettent de concrétiser sa désirabilité.

Selon la théorie de l'action raisonnée (TAR) d'Ajzen (1991), tout comportement nécessite une certaine planification et il est prédit par l'intention de son adoption (Ajzen, 1991). Cette théorie postule que la formation de l'intention se construit via les trois variables suivantes : 1-l'attitude envers le comportement, 2-les normes subjectives (qui correspondent à la perception de désirabilité de Shapero et Sokol (1982) (Krueger et Brazeal, 1994)), et 3-le contrôle comportemental perçu (qui correspond à la perception de faisabilité de Shapero et Sokol (1982) (Krueger et Brazeal, 1994)). La propension à l'action de Shapero et Sokol (1982), quant à elle, n'existe pas dans le modèle d'Ajzen (1991).

2.1.1 Intention d'entreprendre sous le prisme de la TSCC

Notre recherche repose essentiellement sur la théorie sociocognitive de la carrière (TSCC). À l'instar de la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol

(1982) et de l'action raisonnée d'Ajzen (1991), la TSCC, adaptée à l'entrepreneuriat, intègre plus de variables contextuelles et personnelles et s'avère plus complète pour expliquer le processus qui mène au développement de l'intention d'entreprendre (St-Jean et Tremblay, 2013; St-Jean et al., 2013). En effet, grâce au modèle de cette théorie, il nous est possible d'expliquer le processus donnant naissance à l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires ainsi que son développement.

La TSCC est dérivée principalement de la théorie sociocognitive du psychologue Albert Bandura (1986) (Lent et al., 2002), qui repose sur l'apprentissage social à travers l'observation. La TSCC tente d'expliquer le développement de l'intention et du choix de carrière à travers l'intérêt académique et professionnel que la personne forme sur la base des variables personnelles, contextuelles et comportementales (Lent et al., 2005). Concrètement, le modèle de Lent et al. se compose essentiellement des trois variables suivantes : l'auto-efficacité, l'attente des résultats et l'intérêt envers une carrière (Lent et al., 2002). Afin de comprendre les interactions entre ces variables et leur effet sur le développement de l'intention et le choix de carrière, nous allons présenter l'attente de résultat à l'égard de la carrière entrepreneuriale, les intérêts entrepreneuriaux et l'influence de l'environnement, présenté ici par les normes subjectives. Vu l'importance du concept d'auto-efficacité dans cette recherche et la grande place qu'il occupe dans la littérature, il fera l'objet d'une section à part.

Dans la TSCC, les attentes de résultats réfèrent aux trois formes suivantes : les effets physiques (positifs ou négatifs), qui correspondent à la sensation de plaisir physique, de douleur ou d'inconfort; les effets sociaux qui correspondent aux attentes d'ordre social (positives ou négatives), comme la reconnaissance, l'approbation ou le rejet, les sanctions ou la désapprobation; et enfin, les effets auto-évaluatifs (positifs ou négatifs), qui correspondent à l'autosatisfaction ou l'autocritique (Bandura, 2003). La TSCC postule que « l'auto-efficacité sert de source partielle des attentes » (Lent et al., 2005, p. 85), donc il existe une relation positive entre les deux variables. En effet, plus une personne se sent

compétente envers une carrière, et plus elle s'attend à des résultats positifs de cette carrière (Bandura, 2003). Selon la TSCC, les attentes positives permettent à la personne de développer un intérêt envers une activité ou une carrière (Lent, Brown, et Hackett, 1994; Lent et al., 2005). Cependant, l'attente de résultats ne suffit pas pour déclencher le comportement, elle doit être accompagnée avec un sentiment de compétence. En d'autres termes, Bandura (1977) a prouvé que l'individu n'est pas en mesure d'accomplir une tâche ou une action envers laquelle il ne trouve pas de sentiment de compétence, et cela même s'il entretient une attente de résultats. C'est pour cette raison que dans notre recherche, nous avons remplacé les attentes de résultat par la motivation telle que conceptualisée par la TAD, dans le but d'apporter une explication plus fine à l'intention d'entreprendre. Nous y reviendrons plus loin dans ce travail.

Les attentes de résultats et l'auto-efficacité jouent un rôle important dans la formation de l'intérêt envers la carrière. En effet, il est évident que les gens développent un intérêt envers une carrière dont ils possèdent un sentiment d'efficacité et à l'égard de laquelle ils anticipent des résultats positifs (Bandura, 2003; Lent et al., 2005). L'étude de Lent et al. (2001) effectuée auprès d'étudiants universitaires a révélé que l'auto-efficacité et les attentes de résultats envers une matière sont à la fois associées aux intérêts pour cette matière ainsi qu'aux intentions de poursuivre des formations en lien avec cette matière.

La TSCC accorde une place importante à l'influence environnementale. En effet, l'environnement dans lequel évolue la personne influence en grande partie le sentiment d'auto-efficacité et les attentes de résultats, qui influencent à leur tour l'intention et le choix de carrière des personnes. Le soutien social constitue un élément de l'environnement qui s'avère utile dans cette recherche sur la carrière puisqu'il est aussi relié à la théorie de l'auto-détermination. En effet, dans la TAD, le soutien social peut être perçu favorable s'il soutient l'autonomie de la personne, ou défavorable s'il est perçu contrôlant envers la personne. Pour des raisons de parcimonie, nous nous limiterons dans

cette recherche à l'influence des normes subjectives, laquelle constitue une mesure du soutien social faisant partie de l'environnement.

Le modèle de la TSCC postule que les intentions pour une carrière sont prédites par le sentiment d'auto-efficacité, les attentes de résultats et les intérêts (Lent et al., 1994; Lent et al., 2005). Selon Bandura (1986), l'intérêt envers une activité se forme si la personne perçoit qu'elle possède des compétences envers cette activité et qu'elle a des croyances que les efforts fournis mèneront à des résultats positifs. Dans le modèle de Lent et al. (2002), l'ensemble de l'auto-efficacité, des attentes de résultat et de l'intérêt influencent la fixation des buts poursuivis à travers l'activité. En d'autres termes, le développement de l'intérêt à l'égard d'une activité, issu du sentiment d'auto-efficacité et des résultats positifs attendus, participe à la formation des buts particuliers. Ainsi appliqué à l'entrepreneuriat, selon la TSCC, le fait de vivre des expériences entrepreneuriales réussies et de percevoir le jugement positif de l'environnement social à l'égard de l'entrepreneuriat permettent de développer le sentiment d'auto-efficacité entrepreneurial et de renforcer les attentes positives de résultats à l'égard de cette carrière, ce qui concourt à promouvoir l'intérêt envers la carrière entrepreneuriale.

Après avoir passé en revue les principales théories qui expliquent le choix de la carrière d'entrepreneur, notamment la TSCC sur laquelle repose notre recherche, nous allons présenter la théorie sociocognitive du psychologue Albert Bandura, ce qui permettra de comprendre l'effet de la réflexion de l'apprentissage par l'observation dans ce processus, qui constitue la base de la TSCC.

2.2 Théorie sociocognitive

La théorie sociocognitive est au cœur de la théorie de l'auto-efficacité (Bandura, 1997) et elle est à la base de la TSCC (Lent et al., 2002). La théorie sociocognitive se base sur la notion d'interaction. En effet, le fonctionnement humain est le produit de

l'interaction entre les trois facteurs: personnel (C) (biologiques, cognitifs et émotionnels), comportemental (B) et environnemental (E), ces interactions sont présentées dans la figure 1. Ces facteurs sont, d'après Bandura (1986), au cœur d'une dynamique causale caractérisée par une interdépendance et une influence réciproque. En d'autres termes, une personne influence directement sur ce qu'elle peut influencer, sinon elle fait appel à ceux qui possèdent les connaissances, les ressources et qui peuvent réagir directement pour son intérêt (Bandura, 2001, 2012). Bandura (1986), définit cette relation par le déterminisme réciproque (cité dans : (Bayrón, 2013)). Donc, la personne est à la fois le produit et le producteur de son environnement (Bandura et Wood, 1989). En effet, la personne agit et réagit dans son environnement à travers les quatre processus suivants : le processus cognitif, le processus motivationnel, le processus affectif et le processus sélectif.

Selon Bandura, l'auto-efficacité est l'un des facteurs personnels importants : elle joue un rôle primordial qui influence sur le cours de la vie de l'individu et sur les événements (Bandura, 2012) et ce à travers son intervention dans les quatre processus présentés précédemment et qui permettent à la personne d'agir et de réagir. Nous les présentons en détails dans les prochaines lignes.

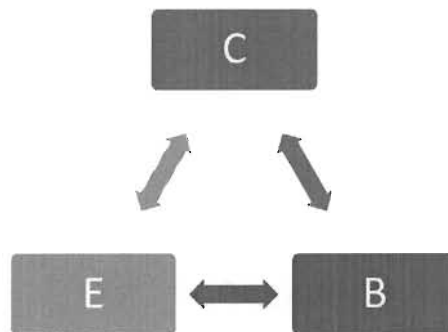


Figure 1 : Relation de réciprocity de Bandura (1986).

2.2.1 Processus cognitif

Le processus cognitif est le mécanisme par lequel le comportement humain est initié et régulé (Bandura, 1977). Selon Bandura, le comportement est régulé par l'anticipation cognitive de but, qui sont déterminés en fonction de l'AÉ perçue (Bandura, 1994), en d'autres termes plus le sentiment d'AÉ chez une personne est fort, plus les buts sont élevés, plus l'engagement envers ses buts est solide (Bandura, 2003). En effet, dans le contexte de l'entrepreneuriat, les résultats de l'étude de Pihie et Bagheri (2013) montrent que les étudiants qui jouissent d'un fort sentiment d'auto-efficacité entrepreneurial expriment également une forte intention d'entreprendre. Ainsi, il apparaît que les gens agissent selon leur croyance personnelle en leur efficacité, tout en demeurant conscients de leurs forces et de leurs faiblesses.

2.2.2 Processus motivationnel

L'AÉ perçue joue un rôle central dans le processus motivationnel, et dans la régulation de la motivation (Bandura, 1994). De manière cognitive, les personnes forment une croyance sur leur AÉ, anticipent les résultats éventuels suite à leurs actions, fixent des buts, puis définissent le cours des actions menant aux résultats désirés. L'AÉ influence donc les caractéristiques comportementales de la personne, à travers son sentiment d'AÉ l'individu définit le type de défi à entreprendre, la quantité d'effort à déployer et la persévérance nécessaire à fournir devant les obstacles (Bandura, 1994), ce qui alimente la motivation.

2.2.3 Processus affectif

L'AÉ perçue a un impact majeur sur l'état émotionnel de la personne. Jouir d'un sentiment d'AÉ élevé permet à la personne de contrôler ses sentiments de stress et d'anxiété devant les événements de la vie (Bandura, 1994) et ce, par l'exercice d'un contrôle sur les idées inhibitrices, par la construction d'un regard indépendant de l'état émotionnel sur les événements de la vie, et par la concrétisation des actions susceptibles de rendre l'environnement affectivement agréable (Bandura, 1994).

2.2.4 Processus sélectif

Le sentiment d'AÉ influence également le choix sélectif des activités et de l'environnement de la personne. En d'autres termes, l'individu a tendance à éviter les activités et l'environnement qui sont perçus comme des menaces, il préfère les situations faciles à manier (Bandura, 1994, 1997). Les personnes à haut niveau de sentiment d'AÉ perçoivent les difficultés comme des obstacles à franchir et des défis à relever et ils attribuent les échecs aux manques d'habiletés ou de savoirs qui sont remédiables (Bandura, 1994, 1997). Donc, le choix d'environnement et les activités sélectionnées reflètent, en quelque sorte, le niveau d'AÉ de la personne.

Les processus cognitifs, motivationnels, affectifs et sélectifs ont permis de montrer la place importante qu'occupe l'AÉ dans le fonctionnement du comportement de l'être humain et son adaptation à son environnement. Cette théorie exerce un lien étroit avec la TAD en ce qui concerne la perception de l'environnement dans lequel la personne se trouve. En effet, la théorie sociocognitive distingue trois types d'environnements : contrôlant, sélectionné et construit. Les personnes qui se trouvent dans un environnement contrôlant exercent moins d'autonomie. Dans l'environnement sélectionné, les personnes choisissent de sélectionner le cours de leur vie et dans l'environnement construit, les personnes décident de construire l'environnement qui leur permet d'exercer un contrôle sur leur vie (Bandura, 2012). Le rapprochement avec la TAD nous permet de constater que les personnes dans un environnement contrôlant possèdent une faible autodétermination, contrairement à ceux qui se trouvent dans un environnement sélectionné et construit.

Cette section nous a permis de montrer la place importante qu'occupe l'auto-efficacité dans la TSCC, qui est considérée comme une extension de la théorie sociocognitive de Bandura (1986), et de faire un rapprochement avec le concept d'autodétermination. La prochaine section va nous permettre d'expliquer la motivation sous le prisme de la TAD.

Comme nous allons le voir, cette théorie va permettre de classer la motivation des personnes selon la source de motivation et d'attribuer à chaque type un niveau d'autodétermination et des caractéristiques comportementales qui lui sont propres.

2.3 Motivation

L'objectif de cette section est d'expliquer la motivation sous la TAD de Lent et al. (2002). Nous allons commencer par la définition de cette théorie, puis nous allons voir ses différentes composantes et le processus liant celles-ci entre elles. Ensuite, nous allons tenter d'appliquer la TAD à l'entrepreneuriat. En dernier lieu, nous allons classer les différents buts entrepreneuriaux retenus dans cette recherche selon cette théorie.

La motivation est un domaine de recherche très prolifique en psychologie. Dans ce champ d'étude, la motivation est considérée comme un centre de la régulation biologique, cognitive et sociale des individus (Ryan et Deci, 2000c). Elle est considérée comme une source d'énergie, une direction et la persévérance que les individus éprouvent dans leurs actions ainsi que dans leurs intentions (Ryan et Deci, 2000c).

Selon Thill et Vallerand, le concept de motivation est un construit hypothétique (fondé sur une hypothèse), qui vise à décrire les forces internes ou externes expliquant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement (Thill et Vallerand, 1993). La TAD est une théorie incontournable dans l'étude de la motivation dans plusieurs secteurs, notamment dans le secteur de l'activité physique et de l'apprentissage (Van den Broeck, Vansteenkiste, et De Witte, 2008). L'application de cette théorie dans le champ de l'entrepreneuriat semble inexistante, malgré sa pertinence. En effet, malgré une recension des travaux sur cette question dans le cadre de notre mémoire, nous n'avons pu récupérer aucun travail qui mobilise cette théorie pour comprendre l'intention d'entreprendre ou le choix de la carrière entrepreneuriale. Selon certains chercheurs, beaucoup de recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat se sont

intéressées à la motivation des entrepreneurs (Carsrud et Brännback 2011; Edelman, Brush et al. 2010), mais ces travaux se sont concentrés auprès d'entrepreneurs accomplis, presque aucune étude n'ayant explorée adéquatement les processus motivationnels en amont de la concrétisation du choix de carrière (St-Jean et Tremblay, 2013). Cela renforce la pertinence de notre travail.

La TAD est une théorie de la motivation qui semble très utile pour l'étude de la motivation de l'entrepreneur. Cette théorie repose sur deux catégories de facteurs qui jouent un rôle important dans la création et la continuité d'une entreprise (Naktiyok, Karabey, et Gulluce, 2010). Ces deux catégories de facteurs sont: les facteurs personnels (tels que les compétences entrepreneuriales, les expériences antérieures, locus de contrôle, les habiletés et l'autodétermination) et les facteurs contextuels (normes subjectives, famille en affaire, pays, culture...). Les facteurs contextuels ont une influence significative sur les activités entrepreneuriales, tandis que les facteurs personnels déterminent le succès de l'entrepreneur (Naktiyok et al., 2010).

« L'autodétermination correspond à la possibilité d'effectuer un choix dans le plus grand nombre de situations possibles » (Vianin, 2006, p. 30). Elle permet ainsi de prédire le choix de carrière. En effet, l'étude de Williams, Saizow, Ross, et Deci (1997), sur un groupe d'étudiants en médecine, démontre que le soutien à l'autonomie de la part des enseignants et le sentiment de compétence des étudiants permettent de développer l'intention envers une spécialité. Conséquemment, la théorie de la motivation autodéterminée sera d'une grande utilité dans cette recherche pour une meilleure compréhension du développement de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires et du coup, leur choix de carrière entrepreneuriale. En effet, cette théorie explique comment le contexte social influence le comportement motivationnel de la personne et son intention.

2.3.1 Théorie de l'autodétermination

L'autodétermination, dans la présente recherche, signifie simplement la liberté du choix (Deci et Ryan, 1985; Thill et Vallerand, 1993). Ce sens ne diffère pas à celui utilisé en psychologie qui, selon le dictionnaire Larousse, signifie : l'action de décider par soi-même.

La TAD est une théorie large de la motivation et de la personnalité. Les psychologues Edward Deci et Richard Ryan sont d'importants contributeurs à cette théorie. Selon Deci et Ryan (2002), elle se focalise sur le débat entre la nature humaine à croître (appelées tendances inhérentes à la croissance) et l'internalisation et l'intégration des comportements qui sont, à l'origine, contrôlés par des forces externes (Deci et Ryan, 2002). Deci et Ryan (2002) se basent sur le principe que la personne est intrinsèquement motivée et qu'elle a tendance inhérente à la croissance et au développement du soi. En outre, la TAD postule qu'il existe un lien entre l'autodétermination et l'épanouissement psychologique de la personne (Barbosa, Gerhardt, et Kickul, 2007; Blais, et al. 1993; Deci et Ryan, 2008a; Vansteenkiste, Lens, De Witte, De Witte, et Deci, 2004). Selon cette théorie, la personne cherche toujours le bien-être psychologique à travers l'intégration des expériences qui sont en cohérence avec ses valeurs et ses acquis. En d'autres termes, entreprendre une activité intéressante et effectuer un comportement autodéterminé procure à la personne un sentiment de satisfaction et de plaisir lors de l'exercice de l'activité.

La TAD se distingue parmi d'autres théories de la motivation sur plusieurs angles. En effet, grâce à cette théorie, des recherches dans différents domaines ont permis de recenser et de comprendre des caractéristiques comportementales exemplaires de la part des personnes autodéterminées (Gagné et Deci, 2005; Gillison, Osborn, Standage, et Skevington, 2009; Sheldon, Turban, Brown, Barrick, et Judge, 2003; Van den Broeck et al., 2008). Parmi ces caractéristiques, on recense : une persévérance devant les obstacles, une performance remarquable, une efficacité et un bien-être psychologique de la part des

individus intrinsèquement motivés. C'est ce genre de caractéristiques comportementales que les chercheurs tentent de stimuler dans différents domaines : l'éducation, le sport ou, dans le cas présent, l'entrepreneuriat. Deci et Ryan affirment aussi que « la TAD examine aussi les objectifs et les aspirations de vie des gens, en comparant les éléments différentiels entre les objectifs de vie intrinsèques et extrinsèques par rapport à la performance et à la santé psychologique » (Deci et Ryan, 2008b, p. 182). Contrairement à d'autres théories de la motivation, qui considèrent que la motivation est un concept unique qui varie en degré (p. ex. théorie de la motivation de Vroom, 1964), la TAD a permis de distinguer plusieurs types de motivation et d'associer à chaque type des caractéristiques comportementales propres (Gagné et Deci, 2005). En effet, cette théorie nous permet de classer la motivation des étudiants universitaires à démarrer une entreprise en deux catégories (intrinsèques, extrinsèques), cette classification permet de prédire les caractéristiques comportementales de chaque motivation.

La TAD contribue à la connaissance sur la motivation humaine par l'intégration des besoins psychologiques dans un processus visant à mieux comprendre la motivation. Ce processus est fondé sur les éléments suivants : 1- le contexte social; 2- les besoins psychologiques de base; 3- les types de buts; 4- le niveau de l'autodétermination; 5- l'orientation de la motivation; et 6- les types de motivations (Marx, 2010) (voir la figure 2).

Ce processus est le suivant : le contexte social perçu, avec ses effets positifs et négatifs, influence le degré de satisfaction des besoins psychologiques (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000c). Les besoins psychologiques adoptés par la TAD (le besoin d'appartenance; de compétence et d'autonomie) sont responsables de la détermination des buts (buts internes/buts externes) poursuivis par la personne et du niveau de son autodétermination à poursuivre ces buts (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000c). Selon cette théorie, cette autodétermination détermine l'orientation de la motivation. En d'autres mots, un haut niveau d'autodétermination conduit à une motivation autonome

(l'exemple d'une personne qui poursuit ses études universitaires pour accomplir son soi), tandis qu'un niveau faible d'autodétermination conduit à une motivation contrôlée (l'autre exemple d'une personne qui poursuit ses études universitaires pour avoir le soutien financier de ses parents) (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000c). Par conséquent, l'orientation de la motivation (autonome/contrôlé) va déterminer ensuite le type de motivation (intrinsèque/extrinsèque) (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000c). La motivation extrinsèque, selon le type de régulation, se divise en deux : elle est contrôlée (si la régulation est externe ou introjectée) ou autonome (si la régulation est identifiée ou intégrée), ce qui donne, selon cette théorie, quatre types de motivation. La motivation intrinsèque est indépendante de tout type de régulation puisqu'elle est totalement autonome, elle reflète le niveau le plus élevé d'autonomie dans la prise de décision du choix. Ces types de motivations engendrent des caractéristiques comportementales différentes qui sont en cohérence avec le niveau d'internalisation de la régulation et le type de motivation (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000c). Dans ce qui suit, nous allons aborder les composantes de ce processus sous la TAD.

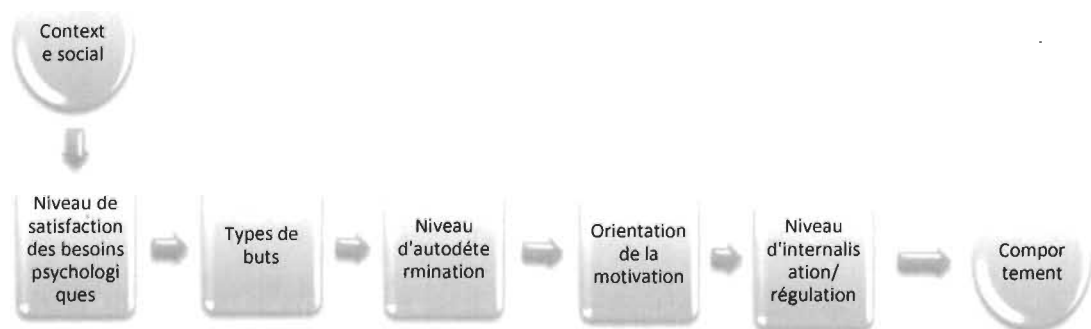


Figure 2: Composantes de la TAD (Marx, 2010)

2.3.1.1 Le contexte social

Le contexte social, incluant les feedbacks et les relations interpersonnelles, a suscité l'attention de plusieurs théories de la motivation dans le but de comprendre les sources d'activation et du maintien de la motivation (Deci et Ryan, 2008a). Le contexte social est l'une des composantes fondamentales dans la TSCC et dans la TAD. Cette dernière met l'accent sur l'influence des conditions sociales sur le sentiment de la liberté de choix, le sens de l'initiative, le bien-être et la performance. La TSCC pour sa part met l'accent sur l'influence du contexte social sur l'auto-efficacité et sur les résultats attendus. Dans le contexte de l'entrepreneuriat, l'étude d'Arenius et Minniti (2005), sur un groupe d'individus de 28 pays, révèle le rôle important que joue le contexte social sur les variables perceptuelles (perception d'opportunité, tolérance au risque, la confiance en soi...), qui influencent alors l'intention d'entreprendre.

Selon la TAD, il existe un lien important entre le contexte social et la satisfaction des besoins psychologiques de base (l'autonomie, la compétence et l'appartenance) (Ryan et Deci, 2000a), cette variable influence en grande partie la motivation de la personne. En effet, les conditions sociales qui supportent et favorisent la satisfaction des besoins psychologiques conduisent à une motivation plus optimale et contribuent au bien-être psychologique de la personne (Ryan et Deci, 2000c). Dans le même sens, Gagné et Deci (2005) allèguent que les facteurs du contexte qui ont une influence positive sur le sentiment d'autonomie et de compétence contribuent à augmenter le niveau de la motivation autodéterminé, tandis que les facteurs qui ont une influence négative sur ces sentiments entravent le niveau de la motivation autodéterminée, laissant la personne soit contrôlée, soit amotivée (Gagné et Deci, 2005).

Ainsi, le contexte social qui supporte le sentiment d'autonomie, de compétence et d'appartenance, est un facteur important au développement de la motivation intrinsèque, à l'internalisation de la motivation externe et à la prédiction des caractéristiques comportementales de la personne (persévérance, performance...etc.) (Grolnick et Ryan,

1989). En conséquence, des études montrent que le sentiment d'autodétermination est élevé dans un contexte social où la personne considère qu'elle est responsable de son comportement et qu'elle exerce une autonomie dans ses choix (Philippe et Vallerand, 2008; Ryan et Deci, 2000a).

En outre, le contexte social, avec ses deux rôles comme support ou barrière à la personne, occupe une place importante dans le développement de l'auto-efficacité et de l'intention d'adopter un comportement. En effet, l'étude de Cunningham et al. (2005) montre que le soutien social est positivement lié à l'auto-efficacité tandis qu'il existe un lien négatif entre les barrières liées au contexte social et l'auto-efficacité, ce constat confirmant la pertinence de la théorie d'auto-efficacité de Bandura (1997, 2003). L'étude de Lent et al. (2001) avait montré que ces variables agissent indirectement sur le choix de la personne à travers leur influence sur l'auto-efficacité. Cette étude a révélé aussi que les barrières jouent un rôle modérateur dans la relation des intérêts avec les intentions. Ainsi, les facteurs contextuels exercent une influence sur l'autodétermination et également sur l'auto-efficacité.

Selon la TAD, les facteurs du contexte social se regroupent dans les interactions entre les individus et se traduisent notamment en soutiens sociaux et feedback (positif ou négatif). Le soutien social est un élément du contexte social, il peut être perçu comme positif, en favorisant l'autonomie, ou négatif, lorsqu'il est perçu comme contrôlant. Le feedback est un élément du contexte social qui désigne la rétroaction d'information à l'individu provenant de son environnement.

Les normes subjectives sont l'une des variables qui interviennent dans le modèle de la TAR d'Ajzen (1991). Elles réfèrent à la perception de l'opinion des personnes significatives sur une activité ou une carrière envisagée, multipliée par le degré d'importance que la personne accorde à ce groupe significatif (Ajzen, 1991).

Des études dans le champ de l'entrepreneuriat, qui ont utilisées le cadre théorique de la TAR, ont montré que les normes subjectives exercent une forte influence sur l'intention d'entreprendre (Davidsson, 1991; Reitan, 1997). L'étude de Krueger et al. (2000) démontre que l'influence des normes subjectives sur l'intention d'entreprendre est indirecte et qu'elle dépend de la culture entrepreneuriale présente chez un groupe, selon les différences de culture entre les pays. Dans le même sens, l'étude effectuée par Liñán et al. (2011) sur un groupe de 549 étudiants provenant de deux régions en Espagne, révèle qu'il n'y a pas de lien entre les normes subjectives et l'intention d'entreprendre. Reitan (1997) ajoute que les normes subjectives peuvent jouer le rôle de médiateur ou modérateur entre les autres variables de la TAR et l'intention d'entreprendre. D'autres études ont montré qu'un locus de contrôle interne réduit l'impact des normes subjectives sur l'intention d'entreprendre (Ajzen, 1987; Bagozzi, Baumgartner, et Yi, 1992).

La TAD stipule que le contexte social influence la motivation autodéterminée de la personne à travers son influence sur les besoins psychologiques de base. En effet, le contexte social joue un rôle important dans la satisfaction des besoins psychologiques de base. En contrepartie, le niveau de satisfaction de ces besoins permet de prédire dans quelle mesure les conditions sociales soutiennent la motivation intrinsèque et l'internalisation de la motivation extrinsèque (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000b; Thill et Vallerand, 1993). Nous soulignons que les besoins distingués par la TAD influencent l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires (Chen et He, 2011). Les chercheurs Deci et Ryan distinguent trois besoins psychologiques de base, soit l'autonomie, la compétence et l'appartenance. La prochaine section présente un bref aperçu de ces besoins psychologiques de base.

2.3.1.2 Les besoins psychologiques basiques

Le besoin est un concept qui diffère de la motivation, en étant plutôt la base de la motivation et constituant un carburant pour guider et alimenter l'action (Ryan et Deci, 2000a). Les besoins psychologiques de base, qui sont le besoin d'autonomie de

compétence et d'appartenance, occupent une place importante dans la TAD. Selon cette théorie, ils sont nécessaires à la croissance psychique et au bien-être humain, leur insatisfaction engendre des états d'anxiété et de stress (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000a). La satisfaction de ses besoins est nécessaire pour l'épanouissement de la motivation intrinsèque et à l'internalisation de la régulation du comportement (Gagné et Deci, 2005). En effet, selon ces auteurs, ces trois besoins jouent un rôle important au développement de la motivation intrinsèque, à côté de la tendance inhérente à la croissance.

La recherche sur la TAD dans plusieurs domaines a révélé l'importance de combler les besoins psychologiques de base, soit l'autonomie, la compétence et l'appartenance, pour atteindre la performance et le bien-être psychologique (Deci et Ryan, 2008a). La satisfaction de ces trois besoins, grâce à un contexte social favorable à leurs épanouissements, conduit au développement personnel et au bien-être. À l'inverse, l'absence de la satisfaction d'un besoin ou plus, ainsi que le contexte social défavorable, entrave le niveau d'autodétermination de l'individu et, par conséquent, la motivation intrinsèque. Les prochaines sous-sections présenteront les trois besoins psychologiques de base.

2.3.1.2.1 Le besoin d'autonomie

L'autonomie désigne littéralement la régulation par le soi, contrairement à l'hétéronomie, qui désigne la régulation contrôlée ou la régulation qui se produit sans l'approbation du soi (Ryan et Deci, 2006).

Le besoin d'autonomie procure à l'individu le sentiment qu'il est libre dans ses choix et qu'il est la source des décisions qu'il prend. Il permet à l'individu d'exprimer sa volonté et d'exercer sa liberté de choix (Deci et Ryan, 2008a). En effet, la personne agit de son propre gré et ce, en l'absence d'influence externe. Selon la TAD, la satisfaction de ce besoin conduit à une meilleure internalisation de la régulation, qui est responsable au

développement de la motivation intrinsèque. L'étude de Joussemet, Koestner, Lekes et Houliort (2004), menée sur des enfants, a donné des résultats dans ce sens, à savoir que la satisfaction du besoin d'autonomie permet une meilleure internalisation de la motivation extrinsèque (Joussemet, Koestner, Lekes, et Houliort, 2004). Deci et Ryan (1985), soutiennent que la motivation est plus grande lors de la poursuite d'une activité pour elle-même. Ils ont aussi montré qu'accomplir une tâche endossée par l'individu est ressentie comme étant moins épuisante qu'une tâche qui lui est imposée. Le besoin d'autonomie procure à la personne le sentiment d'être en congruence avec les buts personnels qu'elle poursuit, tout en gardant un lien avec les autres personnes (Ryan et Deci, 2000a). Selon la TAD, le niveau d'autonomie permet de prévoir les efforts et les énergies déployés par une personne pour poursuivre un objectif. En effet, des études sur des employés (Deci et al., 2001), sur des étudiants (Vallerand, 1997) et sur des athlètes (Gillison et al., 2009; Ryan et Deci, 2000c) montrent que la perception d'autonomie permet de prévoir l'énergie avec laquelle ces groupes vont poursuivre un objectif.

Ainsi, le sentiment d'autonomie est nécessaire pour faciliter l'adoption de l'autodétermination (Ryan et Deci, 2003) et augmenter la motivation intrinsèque des individus (Zuckerman, Porac, Lathin, et Deci, 1978) et d'obtenir, par la suite, des résultats comportementaux en cohérence avec cette motivation.

2.3.1.2.2 Le besoin de compétence

Le sentiment de compétence est identique au sentiment d'auto-efficacité. Selon la définition de Bandura, « c'est la croyance en sa capacité de réaliser avec succès une tâche, un apprentissage, un défi ou un changement, ce qui motive à s'engager dans l'action et à persévérer pour l'atteinte de l'objectif » (Bandura, 1994). C'est le sentiment d'efficacité dans l'atteinte des buts que la personne s'est fixée (Ryan et Deci, 2000a). Ce besoin déclenche et guide le comportement nécessaire afin d'acquérir cette compétence (Elliot et Dweck, 2005). Il est à l'origine de la plupart de nos comportements quotidiens, du plus simple (par exemple : faire un bon travail de ménage chez soi), au plus compliqué (à titre

d'exemple, une personne qui a l'intention de lancer sa propre entreprise va probablement décider d'entreprendre des formations en entrepreneuriat dans le but de satisfaire son besoin de compétence en général et son besoin de compétence entrepreneuriale³ en particulier).

Le rapprochement du besoin de compétence avec le concept d'auto-efficacité permet de déduire que ce besoin est sensible aux mêmes facteurs qui affectent l'auto-efficacité et exerce la même influence que l'auto-efficacité sur le comportement humain. D'une part, des études ont montré que la pratique augmente le sentiment de compétence et que ce dernier augmente la persistance et la persévérance à effectuer une activité chez l'individu (Fisher, 1978; Ryan, 1982). D'autre part, les personnes qui ont la croyance et l'attitude que la compétence est un talent inné ont tendance à abandonner facilement du fait que les contraintes dépassent leurs compétences, tandis que les personnes qui pensent que la compétence s'acquière avec les efforts continuent à persévérer (Elliot et Dweck, 2005).

Le contexte social joue aussi un rôle dans le développement du sentiment de compétence. En effet, Deci (1975) montre que les feedback positifs augmentent le sentiment de compétence chez les individus.

Le sentiment de compétence influence la motivation extrinsèque. En effet, avec le besoin d'appartenance, ils facilitent l'internalisation de la valeur et de la régulation du comportement (Gagné et Deci, 2005).

2.3.1.2.3 Le besoin d'appartenance

Le sentiment d'appartenance est l'un des besoins psychologiques importants dans la TAD, notamment pour l'internalisation de la régulation du comportement (Gagné et

³ Dans la présente section, on utilise le terme de compétence entrepreneuriale comme étant la capacité de mener avec succès les activités entrepreneuriales (McGee et al., 2009), qui correspond au concept d'auto-efficacité entrepreneuriale.

Deci, 2005). Il reflète le besoin de faire partie d'un groupe significatif lui permettant d'entretenir un lien avec eux et de partager les mêmes valeurs, comportements et responsabilités sociales (Gagné et Deci, 2005). Le besoin d'appartenance est important pour le maintien de la motivation intrinsèque. En effet, l'étude de Reznick (1976) sur un groupe d'enfants, montre l'importance de la satisfaction de ce besoin pour le développement de la motivation. En d'autres termes, une personne qui s'intéresse à la carrière entrepreneuriale mais qui se trouve dans un milieu significatif (famille, amis ...) qui ne valorise pas cette activité verra sa motivation intrinsèque envers l'entrepreneuriat probablement diminuer.

Dans la sous-section suivante, nous allons voir la classification des buts selon la TAD qui résultent du degré de satisfaction des besoins psychologiques de base.

2.3.1.3 Types de buts

Pour la TAD, le but n'est pas un besoin en tant que tel, il est considéré comme un état final qui guide l'activité et le comportement individuel (Deci et Ryan, 2008a). Selon cette théorie, les buts convergent vers deux catégories appelées aspirations intrinsèques et aspirations extrinsèques. L'aspiration intrinsèque inclut des buts intrinsèques reliés à l'affiliation, à la générativité et au développement personnel, tandis que les aspirations externes sont reliées à des buts externes comme la gloire, la richesse et l'attractivité (Deci et Ryan, 2008a). Il est démontré que la catégorie des buts intrinsèques est fortement liée au bien-être psychologique et à la performance (Deci et Ryan, 2008a). En d'autres termes, les personnes qui sont intrinsèquement motivées sont plus performantes et sont moins en risque d'anxiété et de dépression

Selon la TAD de Deci et Ryan (1985), la satisfaction des besoins d'autonomie, de compétence et d'appartenance conduit à la motivation intrinsèque. Ainsi, la nature des buts poursuivis (intrinsèques ou extrinsèques) reflète la satisfaction ou non des besoins psychologiques. Lorsque les besoins psychologiques sont contrecarrés, la personne adopte

des buts externes qui reflètent des valeurs extrinsèques. En revanche, lorsque les besoins psychologiques sont satisfaits, la personne adopte des buts intrinsèques qui reflètent des valeurs internes, ce qui va lui procurer un sentiment de plaisir envers l'activité exercée. Selon la TAD, un but intrinsèque reflète une forte auto-détermination tandis qu'un but extrinsèque reflète un faible niveau d'autodétermination, explicitant le lien entre le type de but et le niveau de l'autodétermination.

2.3.1.4 L'autodétermination et l'orientation de la motivation

La TAD présente l'autodétermination comme étant un continuum avec une extrémité qui représente un niveau faible ou absence d'autodétermination et l'autre qui représente un niveau élevé d'autodétermination (figure : 3). Cette théorie permet d'associer à chaque niveau d'autodétermination un type de motivation qui est issu de l'orientation de la motivation. En d'autres mots, la motivation intrinsèque, qui est issue de la motivation autonome, est associée dans le continuum à un niveau élevé d'autodétermination. Cette orientation de la motivation ainsi que le niveau d'autodétermination sont expliqués par la sous-théorie de l'orientation causale proposée par Deci et Ryan (2008).

En effet, selon la sous-théorie de l'orientation causale, il existe trois orientations de causalité : autonome, contrôlée et impersonnelle (Ryan et Deci, 2000c; Thill et Vallerand, 1993). Selon Deci et Ryan (2008), cette sous-théorie réfère à « la façon dont la personne perçoit l'environnement concernant l'information reliée à l'initiation et la régulation du comportement » (Deci et Ryan, 2008b, p. 183). En d'autres termes, elle explique la différence du niveau d'autodétermination qui est observée entre les personnes par la perception de ces derniers à l'environnement dans lequel elles se trouvent. En effet, les individus possèdent les trois formes d'orientations, mais de façon disparate, ce qui explique la différence dans l'intensité de la motivation et les caractéristiques comportementales entre les individus (Deci et Ryan, 2008b). La prochaine sous-section présente ces trois orientations (autonome, contrôlée et impersonnelle).

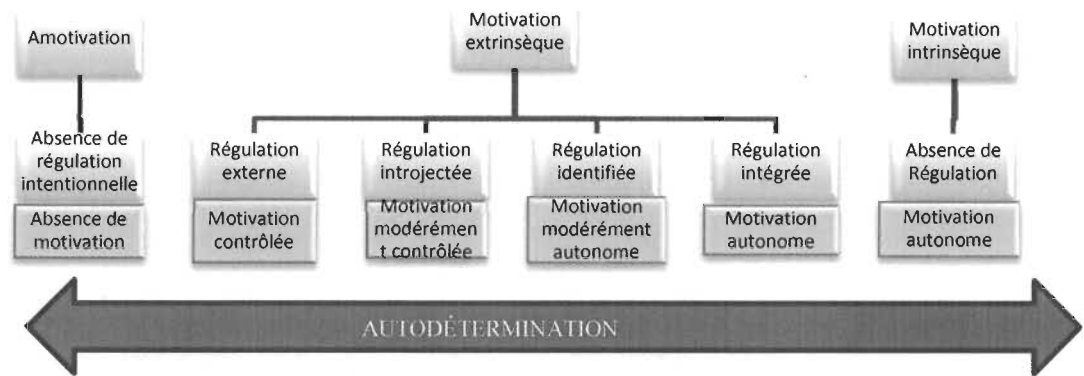


Figure 3: Taxonomie des types de motivation (Ryan et Deci, 2000a).

2.3.1.4.1 Orientation autonome

L'orientation autonome est représentative d'un niveau élevé d'autodétermination et des conditions sociales favorables à l'autonomie (Gagné et Deci, 2005). L'orientation autonome favorise l'internalisation de la régulation grâce à la satisfaction des besoins psychologiques de base (Deci et Ryan, 2008b). Cette internalisation permet, par la suite, l'obtention d'une motivation intrinsèque ou une motivation extrinsèque autonome (intégrée ou identifiée). Ces types de motivation engendrent un comportement créatif, persévérant et un niveau élevé de performance. Les personnes qui ont une orientation autonome, par exemple, à l'égard de la carrière entrepreneuriale, trouveront du plaisir à l'égard de cette carrière. Cette orientation va leur permettre de poursuivre des buts importants, tout en respectant leurs valeurs.

2.3.1.4.2 Orientation contrôlée

L'orientation contrôlée engendre une motivation contrôlée. Elle est le résultat des conditions sociales contrôlantes qui contrecarrent le besoin d'autonomie (Gagné et Deci,

2005). Elle réfère à la motivation extrinsèque et introjectée. Elle est associée à un comportement moins créatif et moins persévérant, l'exemple typique est celui de la personne qui travaille juste parce qu'elle est observée. Elle est reliée à la régulation introjectée et externe (Deci et Ryan, 2008b). Chez les personnes qui choisissent la carrière entrepreneuriale, cette orientation pourrait être à l'égard des attentes financières ou pour satisfaire à son entourage.

2.3.1.4.3 Orientation impersonnelle

Elle est reliée à l'amotivation et au manque d'intention d'agir. L'orientation impersonnelle est le résultat de l'insatisfaction des trois besoins psychologiques de base. Elle est associée au comportement dépressif et à l'anxiété (Deci et Ryan, 2008b). On observe ce genre d'orientation chez les personnes qui sont amotivées à l'égard de la carrière entrepreneuriale, par exemple, par manque d'habiletés ou parce que les conditions de travail seraient jugées trop difficiles (Blais, et al. 1993).

2.3.1.5 *Les types de motivation*

Les théories contemporaines⁴ considéraient la motivation comme une unité qui varie en degré ce qui explique la différence de motivation entre les individus, la TAD postule que la motivation ne varie pas seulement en degré, mais également en type (Ryan et Deci, 2000c). La TAD distingue de multiples types de motivation et de régulation du comportement. En effet, les individus se comportent parfois par leur propre désir et leur libre volonté, sans toutefois avoir recours aux renforcements ou aux récompenses, et parfois ils sont influencés ou contraints d'adopter un comportement spécifique afin de recevoir une récompense ou d'éviter une punition.

Dans les deux cas, la personne est motivée, mais le sens de la motivation ainsi que le type de régulation sont totalement différents (Ryan et Deci, 2000b). Deci et Ryan (1985) distinguent différents types de motivation selon le degré d'autonomie chez la

⁴ Théorie des trois besoins de McClelland (1961); théorie de l'équité d'Adams (1963, 1965); théorie des attentes de Vroom (1964).

personne soit : la motivation intrinsèque, la motivation extrinsèque (qui regroupe quatre types) et l'amotivation, que nous allons exposer plus loin. La figure 3 schématise les types de motivation selon la TAD.

La motivation selon la TAD évolue selon un continuum qui se base sur le niveau d'internalisation de la régulation. Ce continuum d'internalisation expose les types de motivation en commençant par l'état de motivation inexistante, puis la motivation contrôlée et à la fin, la motivation intrinsèque, qui présente l'état de motivation le plus autonome (i.e. niveau d'autodétermination le plus élevé). En effet, cette théorie comporte deux sous-théories qui permettent d'expliquer ce continuum. La sous-théorie d'évaluation cognitive permet d'expliquer la motivation intrinsèque et les facteurs qui la favorisent ou la défavorise. La deuxième sous-théorie qui permet de comprendre ce continuum est la sous-théorie d'intégration organismique. Elle expose les différentes motivations extrinsèques ainsi que les facteurs du contexte qui soutiennent ou contrecarrent l'internalisation et l'intégration de la régulation (Ryan et Deci, 2000b). Ce continuum schématise trois états de motivation soit : l'amotivation, la motivation extrinsèque et la motivation intrinsèque. L'amotivation représente l'absence d'intention de passer à l'action (Ryan et Deci, 2000b). La motivation extrinsèque engendre un comportement dirigé par des forces externes au soi (ex. : pression, récompenses, punitions...), tandis que la motivation intrinsèque engendre un comportement volontaire et de libre choix (Deci et Ryan, 2008a). Il est important de mentionner qu'il n'y a pas une règle particulière à respecter dans le continuum de la motivation extrinsèque. En d'autres termes une personne peut adopter n'importe quel type de régulation comportementale comme point de départ, selon la situation et ses expériences antérieures, puis il se peut, pour des raisons précises, qu'il adopte un type plus autodéterminé ou plus contrôlé que le type de départ (Ryan et Deci, 2000b). Il faut préciser aussi qu'un type de motivation extrinsèque ne peut pas devenir intrinsèque, car ce type est stimulé par des facteurs externes à l'activité. En revanche les récompenses tangibles minent la motivation intrinsèque et peuvent la transformer en motivation extrinsèque (Gagné et Deci, 2005).

2.3.1.5.1 L'amotivation

Cet état reflète l'absence de l'intention à passer à l'action (Ryan et Deci, 2000b). Selon les chercheurs, cette absence est due, selon Bandura (1977), à l'absence du sentiment de compétence, au faible lien entre l'activité et le résultat souhaité ou au manque d'intérêt envers une activité. En effet, dans cet état, la personne perçoit une non-contingence entre son comportement et la conséquence de celui-ci (Blais, Brière, Lachance, Riddle, et Vallerand, 1993).

2.3.1.5.2 La motivation extrinsèque

Les théories classiques⁵ considéraient que la motivation extrinsèque est un état contraire à la motivation intrinsèque, qu'elle représente la plus faible forme de motivation (Ryan et Deci, 2000b) et qu'elle se manifeste uniquement avec une source de contrôle externe c. à d. en l'absence d'autodétermination.

La *sous-théorie d'intégration organismique* (qui fait partie de la TAD) postule que la personne qui est extrinsèquement motivée effectue l'activité pour des raisons instrumentales. Selon le degré d'autodétermination et d'intégration de cette instrumentalité, cette sous-théorie distingue quatre formes de motivation extrinsèque. Ces formes de motivations extrinsèques varient selon le degré de leur niveau d'autodétermination et d'intégration. Certaines font partie du type contrôlé soit : la régulation externe et régulation introjectée, les deux autres font partie du type autonome soit : la régulation identifiée et régulation intégrée, le point commun entre ces formes est qu'elles regroupent des comportements effectués pour atteindre une fin externe (Deci, 1975). Une personne extrinsèquement motivée signifie qu'elle agit avec l'intention d'obtenir quelque chose de désiré ou d'éviter une menace (Gagné et Deci, 2005). Cette sous-théorie évoque également les facteurs contextuels qui renforcent ou minent

⁵ La théorie de la hiérarchie des besoins d'Abraham Maslow (1943); la théorie ESC d'Alderfer; la théorie des deux facteurs d'Herzberg (1959).

l'internalisation et l'intégration des valeurs et de la régulation du comportement (Ryan et Deci, 2000b). L'internalisation est le processus par lequel la personne internalise la valeur ou la régulation du comportement de l'externe à l'interne, tandis que l'intégration est le processus par lequel la personne internalise plus profondément en soi la valeur ou la régulation pour devenir, par la suite, un facteur interne au comportement (Ryan et Deci, 2000b). Les deux termes d'internalisation et d'intégration sont importants pour expliquer le continuum de motivation présenté par la TAD. Ce continuum permet de schématiser et d'expliquer le passage d'un individu de l'état de motivation peu autodéterminée à une motivation plus autodéterminée et inversement. En conséquence, la TAD distingue quatre types de motivations extrinsèques.

2.3.1.5.2.1 Régulation externe

La régulation externe, qui compose la motivation extrinsèque externe, contrôle le comportement de la personne selon les possibilités de récompenses et de punitions externes. C'est le type de motivation extrinsèque le plus contrôlé. En d'autres termes, c'est le type qui présente le plus faible niveau d'autonomie et d'autodétermination (Ryan et Deci, 2000b). En effet, l'activité est effectuée non pas pour le plaisir, mais pour répondre à une demande externe à l'individu, lui permettant ainsi d'obtenir quelque chose de plaisant ou l'évitement d'une menace ou d'une punition (Gagné et Deci, 2005; Ryan et Deci, 2000a). En l'absence de ces régulations externes, la personne n'adopte aucun comportement (Thill et Vallerand, 1993), cette attitude est due au locus de causalité externe perçu (Ryan et Deci, 2000b). Dans ces conditions, la personne agit sous pression à l'accomplissement de l'activité. Grâce à une étude sur un groupe d'étudiants, Deci et al. (1989) prouvent que la régulation externe est en relation inverse avec l'intensité du comportement et le niveau d'effort. En plus, les résultats de cette étude montrent que la régulation externe renforce le locus de causalité externe. En effet, le groupe d'étudiants n'assume pas leurs résultats négatifs et ils endossent ces résultats à des facteurs externes au soi.

2.3.1.5.2.2 *Régulation introjectée*

Le deuxième type de motivation extrinsèque et qui vient après la régulation externe présente le premier niveau d'autorégulation (*self-control*) ou d'intériorisation de la régulation (Blais et al., 1993). Elle est contrôlée par la régulation introjectée. Le comportement reste contrôlé par le sentiment de fierté ou de culpabilité et d'anxiété (Ryan et Deci, 2000b). Selon Nichols (1968) et Ryan (1982), la personne agit pour satisfaire son estime de soi et se sentir utile. La motivation extrinsèque introjectée est plus autonome que le type précédent, mais qui a un locus de causalité perçue externe, ce qui la qualifie de motivation contrôlée. Selon l'étude effectuée par Ryan et Cornell (1989), les personnes qui ont une régulation introjectée font plus d'effort que ceux qui sont motivés par le type précédent, mais ils manquent de persévérance devant les contraintes (Ryan et Deci, 2000c).

2.3.1.5.2.3 *Régulation identifiée*

C'est une motivation extrinsèque qui n'est pas contrôlée, elle se caractérise par l'importance que la personne accorde à l'exécution du comportement. La régulation de cette motivation est identique aux valeurs de l'individu. Contrairement aux deux types précédents, cette régulation est en partie interne, mais elle n'est pas totalement intégrée (Ryan et Deci, 2000b). Ce type de régulation est associé au sentiment de plaisir à l'exécution de l'activité et à un niveau de persévérance supérieur à celui des deux types précédents (Ryan et Deci, 2000c).

2.3.1.5.2.4 *Régulation intégrée*

La motivation extrinsèque intégrée est le type de motivation le plus autonome dans la motivation extrinsèque (Ryan et Deci, 2000c). Plus la régulation est intégrée et internalisée, plus le comportement extrinsèquement motivé est autodéterminé. C'est la motivation la plus proche de la motivation intrinsèque, mais qui reste externe, car le comportement n'est pas exécuté par intérêt à l'activité en tant que tel (Ryan et Deci, 2000b). Plusieurs caractéristiques comportementales ont été associées à ce type de

motivation soit : une meilleure performance, engagement et bien-être psychologique (Ryan et Deci, 2000b).

Pour obtenir un tel comportement, la TAD postule que le besoin d'appartenance et de compétence sont importants pour stimuler ce comportement. En revanche le besoin d'appartenance et de compétence ne sont pas suffisants pour obtenir une régulation autonome. La TAD postule que la satisfaction du besoin d'autonomie facilite l'assimilation et l'intégration de la régulation (Ryan et Deci, 2000c). En somme, un contexte qui satisfait l'autonomie, la compétence et l'appartenance est nécessaire pour l'intégration totale de la régulation (Ryan et Deci, 2000b).

2.3.1.5.3 La motivation intrinsèque

La motivation intrinsèque a émergé suite aux travaux de White en 1959 sur les animaux. Ces études avaient montré un comportement motivationnel en l'absence de facteurs motivationnels externes. En effet, le plaisir et la curiosité étaient les seuls facteurs derrière cette motivation, ce qui la qualifie de motivation intrinsèque. Il s'agit de forces internes qui poussent la personne à l'exécution d'un comportement, par plaisir pour l'activité en tant que tel (Ryan et Deci, 2000b). En effet, le besoin de se sentir compétent et autodéterminé pousse l'individu à s'engager dans des activités à des fins internes. Ainsi, la recherche de la satisfaction du besoin de compétence et d'autonomie est à l'origine de la motivation intrinsèque (Thill et Vallerand, 1993).

Les caractéristiques comportementales générées par cette motivation sont supérieures à celles générées par d'autres types de motivation. En effet, trois décennies de recherche ont conduit au fait que la performance est largement supérieure dans le cas de comportements motivés intrinsèquement à celle de comportements extrinsèquement motivés (Ryan et Deci, 2000b). Ce constat a attiré l'attention de plusieurs chercheurs pour découvrir les facteurs et les forces qui se cachent derrière la motivation intrinsèque et qui peuvent la développer ou l'entraver.

2.3.1.5.3.1 La motivation intrinsèque et les facteurs sociaux

La TAD est conçue essentiellement sur les facteurs sociaux qui développent ou minent la motivation intrinsèque (Ryan et Deci, 2000b). Selon Deci et Ryan (2000), la motivation intrinsèque est catalysée, au lieu d'être causée, lorsque les personnes se trouvent dans un environnement favorable pour son expression. La motivation intrinsèque est élevée lorsque les besoins psychologiques de base sont satisfaits (Deci et Ryan, 1985). En d'autres termes, les facteurs sociaux qui favorisent le sentiment d'autonomie et de compétence développent la motivation intrinsèque et inversement, pour les facteurs sociaux qui défavorisent ces sentiments, transformant cette motivation interne en motivation externe ou en amotivation (Gagné et Deci, 2005). En contrepartie, Hull (1943) admet que l'engagement d'une personne dans une activité intrinsèquement motivée participe à la satisfaction des besoins psychologiques de base.

La sous-théorie de l'évaluation cognitive, qui tend à expliquer la motivation intrinsèque, postule que des facteurs externes (ex : les récompenses tangibles, les pressions, la surveillance et l'évaluation) minent le sentiment d'autonomie et change le locus de causalité perçue de l'interne à l'externe et, par conséquent, la motivation intrinsèque diminue (Gagné et Deci, 2005). Dans le même sens, Deci (1971), montre que des sujets récompensés pendant une période de libre choix étaient moins motivés que des personnes qui ne l'étaient pas, ce qui démontre que les récompenses diminuent la motivation intrinsèque (Ryan et Deci, 2000b, 2000c). La motivation intrinsèque devient par la suite extrinsèquement contrôlée et perd son autonomie (Deci, 1971). Ainsi, les facteurs de motivation externe minent la motivation intrinsèque, la contrôlent et la restreignent (Amabile, DeJong, et Lepper, 1976). À l'inverse, Zuckerman et al. (1978) postulent que certains facteurs externes qui soutiennent l'autonomie impliquent le développement de la motivation extrinsèque (Zuckerman et al., 1978).

La motivation intrinsèque se manifeste que dans les activités intéressantes en soi. En d'autres termes, elle est stimulée dans les activités qui demandent de la créativité, de la compétition et de la curiosité (Ryan et Deci, 2000b).

2.3.2 Autodétermination et l'intention d'entreprendre

Avant le passage à l'action de créer une entreprise, la personne passe par une période de réflexion et de gestation dans laquelle des facteurs personnels et environnementaux vont influencer son choix. À ce moment, la personne a un niveau plus ou moins grand d'intention de se lancer en affaire. Trente ans de recherches sur la motivation dans différents domaines indiquent que la motivation intrinsèque conduit à une meilleure performance, persistance et satisfaction (Deci et Ryan, 2010).

La motivation autodéterminée, qui reflète la satisfaction des besoins psychologiques par le contexte social, pourrait donc influencer le développement de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. L'étude de Pihie et Bagheri (2013) sur un groupe de 722 étudiants universitaires a révélé que l'autorégulation a un impact significatif et positif dans la décision des étudiants universitaires à entreprendre et qu'elle joue un rôle médiateur entre l'AÉE et l'intention d'entreprendre (Pihie et Bagheri, 2013).

Dans le même sens, l'étude longitudinale d'Alivernini et Lucidi (2011), effectuée sur un groupe de 426 étudiants, présente une relation significative entre le degré de la motivation autodéterminé des étudiants et leur intention de poursuivre ou d'abandonner les études universitaires. En effet, le niveau de la motivation autodéterminé est le meilleur prédicteur de l'intention de poursuivre ou d'abandonner les études universitaires (Alivernini et Lucidi, 2011).

L'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires pourrait être renforcée en favorisant leur motivation autodéterminée à choisir l'entrepreneuriat comme une carrière et ensuite, leur permettre de relever les défis inhérents au processus de création d'entreprise (Pihie et Bagheri, 2013). Selon les résultats de l'étude d'Alivernini et Lucidi

(2011), il s'avère que le soutien des professeurs dans le développement de l'autonomie joue un rôle important dans la mise en place de la motivation autodéterminé et, par la suite, de l'intention d'entreprendre chez les étudiants.

2.3.3 Contexte social et l'intention d'entreprendre

Le choix de carrière entrepreneuriale est influencé par l'intérêt de la personne envers l'entrepreneuriat (Kolvereid, 1996). Les facteurs contextuels (normes subjectives), influencent positivement ou négativement les intérêts envers les activités entrepreneuriales (Naktiyok et al., 2010). Selon Lent et al. (2002), le contexte social influence l'intention et le choix de la carrière par le biais de son influence sur les intérêts. Il est admis qu'une société qui encourage l'autonomie et qui responsabilise la personne a une influence positive envers les activités entrepreneuriales (Naktiyok et al., 2010). En effet, un contexte social (famille, amis et autres groupes significatifs) qui valorise la carrière entrepreneuriale influence l'intérêt de la personne envers cette carrière et l'encourage à choisir l'entrepreneuriat comme voie professionnelle. L'exemple typique est une personne qui fait partie d'une famille d'entrepreneurs ou qui valorise l'entrepreneuriat et pour qui le lien familial est important. Cette personne aura de fortes chances de développer un intérêt envers la carrière entrepreneuriale (Pihie et Bagheri, 2013). De plus, Chen et He (2011) ajoutent que le soutien aux étudiants universitaires à accéder à la carrière entrepreneuriale augmente leur intention d'entreprendre. Il existe un lien positif entre la perception d'un groupe significatif (famille, amis, pairs...) à la carrière entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires (Chen et He, 2011). En effet, le développement de l'intention d'entreprendre des étudiants est corrélé positivement au niveau d'importance de la carrière entrepreneuriale pour le groupe significatif.

2.3.4 Besoins psychologiques de base et l'intention d'entreprendre

Les besoins psychologiques ont été considérés pendant plusieurs décennies comme étant centraux pour l'organisation du comportement (Gagné et Deci, 2005). La satisfaction des besoins psychologiques de base à travers les facteurs du contexte social

suscite une motivation autodéterminée de la personne à la carrière entrepreneuriale. En effet, une telle motivation à l'entrepreneuriat devrait permettre le développement de l'intention d'entreprendre et le passage à l'action en accordant moins d'importance aux obstacles et aux contraintes qui y sont liés.

Tel qu'évoqué précédemment, la satisfaction du besoin d'autonomie est importante pour le développement de la motivation autodéterminée. L'étude de Williams, Saizow, Ross, et Deci (1997) sur un groupe d'étudiants en médecine révèle deux résultats concernant le besoin d'autonomie et son influence sur le choix de carrière. Premièrement les résultats montrent que le soutien à l'autonomie est un prédicteur du choix de carrière. Deuxièmement les compétences perçues et la valeur de la carrière sont des variables médiatrices entre l'autonomie et le choix de carrière (Williams, Saizow, Ross, et Deci, 1997). Le résultat de l'étude de Guay et al. (2003), menée auprès de 834 collégiens canadiens, indique que le soutien à l'autonomie de la part des parents et des pairs est positivement lié à la perception d'autodétermination et d'auto-efficacité des étudiants face à leur carrière (Guay, Senécal, Gauthier, et Fernet, 2003). Les compétences perçues à accomplir avec succès les activités entrepreneuriales jouent un rôle important aussi dans l'explication de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires (Liñán, 2008).

Le contexte social et les besoins psychologiques sont intégrés dans ce mémoire sous l'autodétermination, puisque le degré de l'autodétermination de la personne dépend de l'interaction du contexte social avec l'individu et de la satisfaction des besoins psychologiques de bases. Ainsi, l'influence directe et indirecte de ces facteurs sur l'intention d'entreprendre se reflète par l'influence de l'autodétermination. Aussi, nous allons investiguer la possibilité d'un rôle médiateur que joue cette motivation entre l'AÉE et l'intention d'entreprendre. Nous allons intégrer aussi les normes subjectives dans ces relations comme variable de contrôle.

2.3.5 Types de buts et l'entrepreneuriat

La TAD distingue deux types de buts qui peuvent être poursuivis : les buts intrinsèques qui sont poursuivis par le plaisir et l'intérêt envers l'activité, et les buts extrinsèques qui sont poursuivis pour des buts externes. L'intention des étudiants universitaires de choisir une carrière entrepreneuriale peut être guidée par une motivation intrinsèque ou extrinsèque, cela dépend, selon la TAD, du type de but qui est derrière cette intention. Dans cette recherche, nous nous sommes inspirés des travaux de Krueger, Reilly et Carsrud (2000) pour sélectionner les cinq buts qui peuvent être sous-jacents au choix de la carrière entrepreneuriale. Ces buts sont :

- L'autonomie au travail que l'entrepreneuriat procure.
- Des améliorations à la société et à l'environnement.
- Des récompenses personnelles (reconnaissance publique, croissance personnelle, prouver que j'en suis capable, etc.)
- Les récompenses financières.
- La sécurité familiale.

Nous avons classé les buts poursuivis par les étudiants universitaires par le biais de l'entrepreneuriat selon la TAD et selon les travaux de Kasser et Ryan (1996), qui ont classé les buts en deux catégories selon les aspirations. Les buts intrinsèques avec des aspirations intrinsèques : estime de soi, appartenance, santé physique (et morale) et la contribution à la société, et les buts extrinsèques avec des aspirations extrinsèques : financières, apparences physiques et statut social (Kasser et Ryan, 1996).

Conséquemment, les buts intrinsèques sont :

- L'autonomie au travail que l'entrepreneuriat procure;
- Des améliorations dans la société et à l'environnement;
- Sécurité familiale.

Les buts extrinsèques sont :

- Récompenses personnelles;
- Les récompenses financières.

Nous avons vu que la motivation intrinsèque engendre un comportement persévérant et une meilleure performance (Ryan et Deci, 2000b). Il est donc fort probable que les étudiants qui ont l'intention de démarrer une entreprise dans le but intrinsèque d'être plus autonome au travail persisteront devant les contraintes et les obstacles liés à l'entrepreneuriat. Également, la probabilité de persévérance sera plus grande pour le but de sécuriser le futur des membres de sa famille, qui est intrinsèquement motivé. Le but d'améliorer la société (création de l'emploi, améliorer la qualité de vie...) ou l'environnement (utilisation efficiente des richesses naturelles, protection de la nature...), que nous avons aussi classé sous la motivation intrinsèque, est guidé par une motivation interne (Kasser et Ryan, 1996) ou une motivation externe intégrée, parce que cette dernière est très proche de la motivation intrinsèque (en termes de caractéristiques comportementales), mais elle reste externe, car elle n'est pas exécutée pour l'activité en tant que telle (Ryan et Deci, 2000b). Les personnes qui sont motivées par une régulation intégrée montrent un comportement efficace et persistant. Le point commun entre les deux groupes est qu'ils agissent par une motivation autonome ainsi qu'ils disposent d'un niveau d'autodétermination élevé. Donc, ces buts, qui sont intrinsèquement motivés, poursuivis par le biais de la carrière entrepreneuriale, engendreront probablement une forte intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires.

À propos des buts que nous avons classés sous la motivation extrinsèque, ils sont guidés par les quatre types de motivation extrinsèque externe, introjectés, identifiés et intégrés. Cela dépend du degré d'internalisation de la régulation du comportement, qui à son tour dépend du contexte social et du niveau de satisfaction des besoins psychologiques de base, comme il a été discuté précédemment. Les buts extrinsèques ont été associés à un faible niveau de performance (Kasser et Ryan, 1996). Selon la TAD, cela correspond TAD aux caractéristiques comportementales engendrées par ces trois types de motivations

citées. Cela nous laisse croire que les buts externes poursuivis par le biais de l'entrepreneuriat engendrent une faible intention d'entreprendre de la part des étudiants universitaires. Le degré de l'internalisation du but de récompenses financières en tant que but extrinsèque est faible et du coup, la personne va abandonner rapidement le choix de carrière entrepreneuriale si elle dénicher un travail lui permettant d'atteindre ce but ou si elle rencontre des difficultés. Cela pour la simple raison que les caractéristiques de son comportement engendrées par ce type de motivation ne lui permettent pas de poursuivre cet objectif par le biais de l'entrepreneuriat. Conséquemment, son intention de choisir la carrière entrepreneuriale dans le but d'atteindre la richesse devient faible et probablement qu'il abandonnera ce choix si une occasion de travail bien rémunéré se présente. C'est pourquoi les personnes qui choisissent l'entrepreneuriat parce qu'ils ne trouvent pas un travail ou parce que leur travail ne satisfait pas leurs buts sont des entrepreneurs par nécessité (St-Jean et al., 2014).

L'auto-efficacité fera l'objet de la section suivante. Nous y présenterons la théorie de l'auto-efficacité et le concept d'auto-efficacité entrepreneuriale, qui constitue un élément central dans la TSCC, pour ensuite voir l'influence de ce concept sur l'intention d'entreprendre et du coup, sur le choix de la carrière entrepreneuriale.

2.4 Auto-efficacité

2.4.1 L'auto-efficacité entrepreneuriale

L'auto-efficacité est au cœur de la théorie sociocognitive du psychologue A. Bandura (Bandura, 1997). Selon la TSCC, l'auto-efficacité est un concept qui n'est pas figé. Elle consiste à la perception que possède une personne sur sa capacité à accomplir une tâche spécifique ou une activité spécifique avec succès, cette perception ne concerne pas le nombre d'habiletés que possède une personne mais à la croyance qu'une personne est capable de faire avec ces habiletés sous différentes circonstances (Bandura, 1977, 1997). Ainsi, l'auto-efficacité entrepreneuriale (AÉE) est la croyance aux capacités individuelles de fournir ou non un comportement et la perception que ce comportement

aboutisse ou non à la création et à la gestion d'une entreprise et d'atteindre les résultats désirés (BarNir et al., 2011; Chen et al., 1998; Forbes, 2005; Kickul et al., 2008; McGee et al., 2009). En d'autres termes, AÉE mesure la croyance à l'aptitude d'entreprendre une affaire avec succès.

L'AÉE est un facteur personnel important dans l'étude de l'intention d'entreprendre (Chen et al., 1998). Le sentiment d'AÉE permet d'avoir des préférences envers certains comportements plutôt que pour d'autres (Naktiyok et al., 2010). En effet, la personne a tendance à choisir les activités qu'elle se croit capable d'accomplir avec succès et dans lesquelles elle se sent compétente. En outre, cela lui permet d'éviter les situations qui sortent de son contrôle et qui lui procurent un sentiment d'incompétence. C'est pour cette raison que la personne choisit une carrière selon ses compétences perçues (Chen et al., 1998). Conséquemment, quand il s'agit du choix de carrière, une personne choisit habituellement de s'engager dans des domaines pour lesquels elle s'attend à un succès et évite ceux où elle pense qu'elle va échouer.

De nombreuses recherches indiquent le rôle de l'AÉ dans l'orientation et la qualité du comportement (Bandura et Schunk, 1981; Bandura et Wood, 1989; Boyd et Vozikis, 1994; Chen, Gully, et Eden, 2004; Kickul et al., 2008; McGee et al., 2009; Zhao et al., 2005). Autrement dit, il existe un lien entre le niveau d'AÉ perçu et le niveau des objectifs choisis ainsi que l'engagement à leurs poursuites (Bandura, 2012). Effectivement, l'AÉ est un prédicteur de la quantité d'efforts déployés par la personne pour faire face aux obstacles et la nature des objectifs qu'elle se fixe (Bandura, 2012). En d'autres termes, un niveau élevé d'AÉ permet à la personne de considérer les difficultés comme des obstacles à franchir (Pihie et Bagheri, 2013), permettant à la fois de développer ses compétences et d'atteindre le résultat désiré. Tandis que les personnes à faible AÉ perçoivent les difficultés comme étant des obstacles à éviter (Pihie et Bagheri, 2013). En effet, selon Bandura (2012), le succès permet de développer le sentiment d'AÉ et l'échec le diminue.

Le succès et l'échec font partie des facteurs qui influencent le sentiment d'AÉ. La sous-section suivante présente les processus par lesquels passe le développement de l'AÉ.

2.4.2 Facteurs de développement de l'auto-efficacité

Selon Bandura (1982), l'auto-efficacité est acquise graduellement suite au développement de certains processus complexes : cognitif; social; verbal et physique. L'acquisition d'habiletés grâce aux expériences renforce l'auto-efficacité et en conséquence, suscite de plus fortes inspirations et performance (Herron et Sapienza, 1992). Selon Bandura (1977), la perception de l'AÉ est dérivée de quatre sources d'informations qui peuvent la construire ou la modifier, soit : la maîtrise d'expérience, l'expérience vicariante, la persuasion verbale et l'état physiologique et émotionnel.

2.4.2.1 La maîtrise d'expérience

La maîtrise d'expérience, ou simplement appelée l'apprentissage par la pratique, est à la base de la détermination de l'auto-efficacité concernant les tâches futures qui apparaissent semblables (Cox, Mueller, et Moss, 2002). Pour développer le sentiment d'AÉ, la personne doit vivre des expériences lui permettant de mettre régulièrement en pratiques ses compétences pour atteindre le succès afin d'acquérir une certaine confiance en ses capacités (Bandura, 2012; Bandura et Wood, 1989). Par contre, Bandura (2012), mentionne que les épreuves faciles ne sont pas utiles à l'AÉ du fait que la personne qui est habituée aux épreuves faciles est rapidement découragée lorsqu'elle affronte une situation d'échec. Donc, afin de renforcer son AÉ, la personne doit vivre des expériences nécessitant de l'effort et de la persévérance pour atteindre le succès (Bandura et Wood, 1989). Ces expériences permettent à la personne de considérer la persévérance et l'effort comme des moyens conduisant aux succès. Cela mène au développement d'une certaine confiance en ses habiletés qui permettront de manipuler les obstacles et les échecs futurs (Bandura, 2012; Bandura et Wood, 1989). La maîtrise d'expériences correspond en entrepreneuriat notamment aux cours d'entrepreneuriat suivis à l'université, ce qui inclut des activités permettant d'influencer l'AÉE (par exemple, des études de faisabilité d'un projet, le développement d'un plan d'affaires, etc.). Cette formation contribue à augmenter

le sentiment d'AÉE chez les étudiants, notamment chez les étudiants qui ont un sentiment négatif envers leurs compétences entrepreneuriales (McGee et al., 2009).

2.4.2.2 L'expérience vicariante ou l'apprentissage social modelant

Cette technique permet de développer l'AÉ à travers le processus de comparaison sociale qui nécessite un modèle à observer et un sujet qui est l'observateur (Bandura et Wood, 1989). Ce modèle peut être les parents, l'enseignant, les amis(e)s, un mentor ou même une personne à la télévision. L'observation et la comparaison influencent sur les facteurs cognitifs (l'auto-évaluation, comparaison et généralisation) et ils sont responsables du jugement de la personne et de ses capacités à l'imitation du comportement observé. Le processus de comparaison sociale consiste à un jugement personnel de ses capacités par rapport à celles du modèle, en d'autres termes le sujet construit une idée par l'observation sur les habiletés nécessaires utilisés et la quantité d'efforts à déployer par le modèle afin de performer une activité, ensuite il compare avec ses habiletés et les efforts qu'il peut faire pour atteindre la même performance. Cette comparaison va construire un modèle qui va servir de guide à l'action (Bandura, 1977).

Le processus d'identification est fructueux lorsque les caractéristiques personnelles et les habiletés du modèle sont similaires à celles du sujet et lorsque la performance est suffisamment observable par le sujet (Bandura, 1977).

Par exemple, dans le contexte de l'entrepreneuriat, le mentorat d'affaires permet à la personne de développer son AÉE à travers le modèle observé (St-Jean, 2008). Vivre dans une famille en affaires donne aussi l'occasion à l'individu d'être proche de l'entrepreneuriat et d'observer les comportements de l'entrepreneur et même de travailler dans l'entreprise de la famille pendant les vacances.

2.4.2.3 La persuasion verbale ou sociale

La persuasion verbale consiste aux encouragements et aux propos que les personnes reçoivent de leur entourage (famille, ami (e)s, pairs, etc.). Cette méthode permet de fournir des informations à la personne sur sa performance, permettant ensuite de renforcer sa croyance en ses capacités (Bandura et Wood, 1989). « La persuasion sociale permet de renforcer les croyances des personnes de posséder les capacités d'obtenir ce qu'elles souhaitent. Il est plus facile à quelqu'un de maintenir un sentiment d'efficacité, particulièrement quand il est confronté à des difficultés, si d'autres individus significatifs lui expriment leur confiance en ses capacités s'il manifestent des doutes » (Bandura, 2003, p. 154) .

La persuasion verbale a un double effet, c'est pourquoi les encouragements et les feedback doivent respecter certaines conditions afin de développer l'AÉ de la personne et pour éviter l'effet contraire. Si les encouragements et les feedbacks sont réalistes, ceux-ci dirigent la personne à persévérer grâce à la confiance en soi qu'ils lui procurent. Par exemple, dans le cas du mentorat, le mentor ne devrait pas donner une image irréaliste de la personnalité du mentoré concernant ses aptitudes, ses capacités, etc. Effectivement, parmi les retombées positives du mentorat, on note le développement de l'AÉE chez les entrepreneurs novices (St-Jean et Audet 2012).

En outre, selon Bandura (1977), il est important de tenir compte de la crédibilité, de la fiabilité et de l'expertise de la personne persuadée afin de valoriser l'information persuasive (Boyd et Vozikis, 1994). Schunk et Rice (1986) postulent qu'il est important pour la personne observée d'éviter de faire le lien entre l'effort déployé par la personne et le résultat, cela peut provoquer dans certains cas le découragement.

2.4.2.4 L'état physiologique et émotionnel

Les états physiologiques et émotionnels tels que l'humeur et l'anxiété sont le quatrième facteur qui influence le développement de l'AÉ proposé par Bandura (1997).

La mauvaise humeur et l'anxiété conduisent directement à l'échec (Boyd et Vozikis, 1994). Plus la personne est en mauvaise humeur et anxieuse, moins son niveau d'AÉ perçue sera élevé (Boyd et Vozikis, 1994). Il existe donc une relation entre l'état d'anxiété de la personne et son niveau d'AÉ perçue.

Les personnes optimistes ont une meilleure performance et un haut niveau d'AÉ que les personnes pessimistes (Gist et Mitchell, 1992). Cette qualité est importante pour la réussite de l'entrepreneur, elle stimule le sentiment d'AÉ chez eux et elle leur permet d'avoir une confiance en soi dont ils ont besoin pour gérer les problèmes quotidiens de leurs entreprises (Zhao et al., 2005).

D'autres facteurs physiques renforcent le sentiment d'AÉ, la condition physique et la capacité d'endurance de la personne, par exemple, influencent le sentiment d'AÉ, notamment lors des difficultés rencontrées (Bandura, 2012).

La sous-section suivante concerne les dimensions de l'auto-efficacité qui consistent aux compétences entrepreneuriales nécessaires à la création d'entreprise. La mesure de l'AÉE chez les étudiants repose sur les cinq dimensions qui seront présentées ci-après.

2.4.3 Dimensions de mesure de l'AÉE

La mesure de l'AÉ en entrepreneuriat est une question qui a suscité un débat entre les chercheurs (McGee et al., 2009). Beaucoup de recherches qui ont précédé l'étude de McGee (2009) mentionnent que le concept d'AÉE n'est pas suffisamment cerné et nécessite d'autres approfondissements (Forbes, 2005; Kolvereid et Isaksen, 2006), surtout en ce qui concerne ses dimensions et sa mesure (McGee et al., 2009). Par ailleurs, des recherches stipulent qu'il est suffisant de mesurer de façon générale le concept d'AÉ parce que l'entrepreneur joue plusieurs rôles et utilise plusieurs habiletés (Chen et al., 2004).

Dans ce débat entre les chercheurs, Bandura met l'accent sur la nécessité de préciser l'activité et le domaine quand il s'agit de l'AÉ (Bandura, 1977, 1997). En d'autres termes, la notion de spécificité est importante dans la définition de l'AÉ qui devrait être appliquée pour une tâche spécifique dans un domaine spécifique, c'est cette spécificité qui permet de distinguer l'AÉ des autres concepts généraux.

Selon McGee et al. (2009), beaucoup de chercheurs mentionnent la nécessité d'une mesure multi dimensionnelle du concept d'AÉ. Le manque d'une telle mesure, ainsi que la mesure jugée trop générale de ce concept, justifie l'étude de McGee et al. (2009), menée sur un groupe d'entrepreneurs naissants. Cette étude contribue à la recherche dans l'AÉ et à l'intention d'entreprendre, c'est pourquoi nous avons retenu les travaux de McGee et al. (2009) afin de mesurer l'AÉE des étudiants universitaires.

L'étude de McGee et al. (2009) a permis de distinguer cinq dimensions de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale soit : l'AÉE concernant la recherche d'opportunité, la planification, définition de la finalité de l'entreprise, les compétences humaines et conceptuelles ainsi que les compétences financières. Ces cinq dimensions présentent les quatre étapes du processus de création d'entreprises présenté par Stevenson et al. (1985), dont la dernière est divisée en deux. Les résultats de l'étude de McGee (2009) montrent l'importance de la mesure multidimensionnelle de l'AÉ en entrepreneuriat. C'est pourquoi nous exposerons ces dimensions qui reflètent les compétences entrepreneuriales nécessaires à la création d'une entreprise.

2.4.3.1 La reconnaissance d'opportunité

L'accès à la carrière entrepreneuriale nécessite l'identification d'une opportunité d'affaires (Shane et Venkataraman, 2000) par le développement d'une idée, donnant naissance à une nouvelle entreprise (McGee et al., 2009). L'opportunité d'affaires consiste à une situation dans laquelle un produit, service, matière première ou une façon de faire est introduite dans le but de le vendre plus cher que son coût de production (Casson, 1982).

La mesure de l'AÉ à travers cette dimension consiste à la croyance de la personne à ses habiletés de distinguer et d'exploiter une opportunité d'affaires dans son environnement avant les autres.

2.4.3.2 La planification

Cette dimension permet de mesurer la croyance des individus en leurs capacités de transformer leurs idées d'opportunité d'affaire en un plan d'affaires, écrit ou en tête, qui sera réalisable, permettant de répondre à plusieurs questions, que les réponses mènent à la création de l'entreprise ou non (McGee et al., 2009). Parmi ces questions, le domaine d'activité stratégique, l'emplacement de l'entreprise, le coût de démarrage, le prix de vente, le réseau de distribution, etc.

2.4.3.3 La définition de la finalité de l'entreprise

Cette phase est celle qui permet de mettre en pratique le plan d'affaires réalisé dans la phase de planification. Cette dimension mesure la confiance de la personne en sa capacité à assembler les moyens et ressources nécessaires à la création de l'entreprise et à sa survie (capital, clients, fournisseurs, etc.), afin de concrétiser l'idée ou l'opportunité d'affaires et permettant la naissance de l'entreprise (McGee et al., 2009).

2.4.3.4 Les compétences humaines et conceptuelles

Cette dimension consiste à mesurer la croyance de l'individu concernant sa capacité à résoudre les problèmes de manière efficace et à temps et de gérer les compétences humaines selon les besoins de recrutement de l'entreprise. En effet, cette dernière est une tâche importante parmi d'autres que l'entrepreneur doit accomplir, elle requière des compétences permettant à l'entrepreneur de traduire le besoin de recrutement en compétence humaine. En parallèle, il doit veiller à ce que ce recrutement soit rentable pour l'entreprise.

2.4.3.5 Les compétences financières

Cette dimension mesure la confiance de la personne en sa capacité de pouvoir gérer financièrement son entreprise. Il est important pour un chef d'entreprise d'avoir des compétences financières lui permettant de lire et interpréter les rapports financiers de son entreprise, de gérer son actif de manière efficace et de minimiser les coûts.

2.4.4 Rôle de l'AÉE dans le développement de l'intention d'entreprendre et le choix de carrière entrepreneuriale

Tel que mentionné précédemment, l'AE est un facteur important qui influence le comportement personnel de façon directe et indirecte (Bandura, 2012). Ce constat a sollicité l'application de ce concept dans plusieurs domaines (Betz et Hackett, 1981; Cunningham et al., 2005) parmi lesquels l'entrepreneuriat (Boyd et Vozikis, 1994; Pihie et Akmaliah, 2009; Zhao et al., 2005).

2.4.4.1 Le rôle de l'AÉE dans le développement de l'intention d'entreprendre

Plusieurs années de recherches ont généré que peu de connaissances sur les facteurs et le processus de décision derrière l'action d'entreprendre (Markman, Balkin, et Baron, 2002). Le concept d'AÉ est une composante clé dans plusieurs modèles de l'intention d'entreprendre (Ajzen, 1991; Chen et al., 1998; Davidsson, 1995; Krueger et Brazeal, 1994; Krueger et Carsrud, 1993; Lent et al., 2002; Robinson et al., 1991; Shapero et Sokol, 1982). Des recherches empiriques montrent que l'AÉ est un facteur personnel important pour le développement de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires (Betz et Hackett, 1981; Carr et Sequeira, 2007; Cunningham et al., 2005; Pihie et Akmaliah, 2009; Zhao et al., 2005). Boyd et Vozikis (1994) ont intégré la notion d'AÉ dans le modèle de l'intention d'entreprendre de Bird (1988) afin d'expliquer le développement de l'intention d'entreprendre ainsi que les conditions sous lesquelles elle est transformée en action. Selon ces chercheurs, le concept d'AÉE est un facteur critique de l'intention d'entreprendre (Boyd et Vozikis, 1994). À travers les expériences réussies et les compétences acquises, le sentiment d'AÉE se développe et permet à la personne de

définir de nouveaux buts plus difficiles, de déployer plus d'effort devant les défis et d'être plus performante sur le long terme (Boyd et Vozikis, 1994).

Les personnes avec un haut niveau d'AÉE choisissent une carrière différente des autres. En effet, ils choisissent une carrière qui leur permet de créer de nouvelles opportunités, d'agir proactivement et d'exercer la passion de prendre des défis (Forbes, 2005). Boyd et Vozikis (1994) ajoutent que « Les personnes qui ont un sentiment d'AÉE élevé ont tendance à persévérer et à déployer un grand effort pour surmonter les défis » (traduction personnelle) (Boyd et Vozikis, 1994, p. 73). L'AÉE permet donc de connaître le niveau de performance d'une personne qui s'engage dans une carrière entrepreneuriale avec la conviction que de nouvelles situations permettront d'améliorer sa performance (Gist, 1987). Selon l'étude de Chen et al. (1998) sur des étudiants en entrepreneuriat, en management et en psychologie, l'AÉE est significativement liée à l'intention d'entreprendre. En plus, cette étude ajoute que l'AÉE peut même expliquer les raisons de rétention à la carrière entrepreneuriale. L'AÉE est non seulement nécessaire au développement de l'intention d'entreprendre, mais aussi elle est nécessaire à la décision du choix de la carrière entrepreneuriale.

2.4.4.2 Le rôle de l'AÉE dans le choix de carrière entrepreneuriale

Tel que mentionné précédemment, l'AÉE influence le niveau d'effort, la persistance et le choix de l'activité ainsi que le comportement (Boyd et Vozikis, 1994; Chen et al., 2004; Dimov, 2010; Zhao et al., 2005). Elle influence également les différents aspects du processus de création d'entreprises (Pihie et Bagheri, 2013). Le sentiment d'AÉE est relié à la motivation des étudiants universitaires à s'engager dans un processus de création d'une entreprise et conduit leur cursus universitaire en tant que futurs entrepreneurs (Bandura, 2012). Selon Chen et al. (1998), le niveau d'AÉE influence la décision d'entreprendre puisque « dans un même environnement entrepreneurial, une personne qui a un haut niveau d'AÉE l'aperçoit comme un environnement plein d'opportunité, tandis qu'une personne qui a un faible niveau d'AÉE l'aperçoit comme

environnement risqué » (traduction personnelle) (Chen et al., 1998, p. 301). Deuxièmement, toujours selon eux, les personnes avec un sentiment d'AÉE élevé vont se sentir plus compétentes dans un milieu incertain et à haut risque contrairement aux personnes à faible niveau d'AÉE. Troisièmement, dans les situations de problèmes, « les personnes à haut niveau d'AÉE anticipent plus de résultats que ceux à faible niveau d'AÉE » (traduction personnelle) (Chen et al., 1998, p. 301). Ces chercheurs ajoutent que les étudiants qui ont une forte croyance dans leurs capacités à exécuter avec succès les tâches entrepreneuriales (marketing, gestion financière, management, créativité et la gestion du risque) ont une forte chance d'entreprendre (Chen et al., 1998). Ainsi, un haut niveau d'AÉE conduit au développement de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires et à choisir la carrière entrepreneuriale parce qu'ils se sentent capables d'effectuer les tâches et le rôle d'entrepreneur avec succès (Chen et al., 1998; Lent et al., 2002).

2.4.5 AÉE et la motivation autodétermination

Selon Deci et Ryan (1985), un contexte social qui favorise l'autonomie permet de renforcer le sentiment d'auto-efficacité chez la personne et développe sa motivation autodéterminée. Le besoin de compétence selon la TAD correspond au concept d'auto-efficacité de Bandura (1977) (Deci et Ryan, 2000).

Pour rappel, dans une étude sur des enfants, Bandura et Schunk (1981) indiquent que la perception de l'AÉ est positivement liée à l'intérêt intrinsèque. En effet, le groupe d'enfants qui étaient stimulés intrinsèquement envers les mathématiques exprime un niveau élevé d'AÉ contrairement aux groupes d'enfants qui étaient stimulés par des facteurs externes. Ces résultats correspondent aux types de motivations distingués par la théorie d'autodétermination et les caractéristiques comportementales associées. Dans le même sens, Ryan et Deci (2000) notent que les personnes à haut niveau d'autodétermination ont les mêmes caractéristiques comportementales que ceux qui ont un haut niveau d'AÉ. En parallèle l'absence du sentiment d'auto-efficacité conduit la

personne à l'amotivation qui représente l'état d'absence de motivation (Deci et Ryan, 2000). Ce qui signifie qu'il existe probablement un lien significatif entre l'autodétermination entrepreneuriale et l'auto-efficacité entrepreneuriale.

Après ce survol sur la littérature existante sur les différents concepts présentés, la section suivante présente notre cadre conceptuel qui est composé du modèle de recherche issu de cette revue de littérature, des variables retenues et de la question de recherche.

2.5 Cadre conceptuel

Après avoir défini les variables de notre recherche et montré le lien entre elles, nous allons exposer notre modèle de recherche, présenter nos variables de manière explicite et ensuite, poser la question de recherche de ce travail, avant de finalement expliciter les hypothèses de recherches retenues qui vont nous guider dans l'analyse subséquente.

2.5.1 Modèle de recherche

Le modèle de recherche présenté dans la figure 4 repose essentiellement sur la TSCC élaborée par Lent et al. (2002) mais adapté à l'entrepreneuriat, sur la base des travaux recensés. Ce modèle inclut également la TAD de Deci et Ryan (2002), laquelle vient s'inscrire dans la TSCC afin de remplacer les attentes de résultats de cette théorie par la TAD. À l'instar des deux fameux modèles explicatifs du choix de carrière, soit celui de Shapero et Sokol (1982) et celui d'Ajzen (1991), le modèle de Lent et al. (2002) explicite en amont de l'intention plusieurs facteurs contextuels et personnels qui influencent les intentions et les choix des personnes par l'entremise du bloc cognitif suivant : l'auto-efficacité; la motivation et les intérêts entrepreneuriaux.

Afin de mieux comprendre et expliquer l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires, et tel que souligné précédemment, nous avons remplacé les

attentes de résultats par la théorie d'autodétermination. Nous avons inclus dans ce modèle la TAD, qui donne plus d'explications sur la relation entre le contexte social et le type de motivation. L'inclusion de cette théorie permet de mieux comprendre la motivation des étudiants. En d'autres termes, la motivation autodéterminée précise si la motivation est autonome (motivation intrinsèque), ou bien contrôlée si elle est reliée à des facteurs motivationnels externes (motivation extrinsèque). Le contexte social, qui consiste selon la TAD au feedback et au support social, s'opère à travers le degré d'autodétermination des étudiants universitaires.

L'influence de l'environnement joue un rôle important dans la TSCC. Nous nous sommes limités à retenir les normes subjectives comme variable de contrôle, celles-ci étant importantes dans la TAR et démontrées pour avoir un effet dans plusieurs travaux en entrepreneuriat, en plus d'être en lien avec les éléments du support social de la TAD.

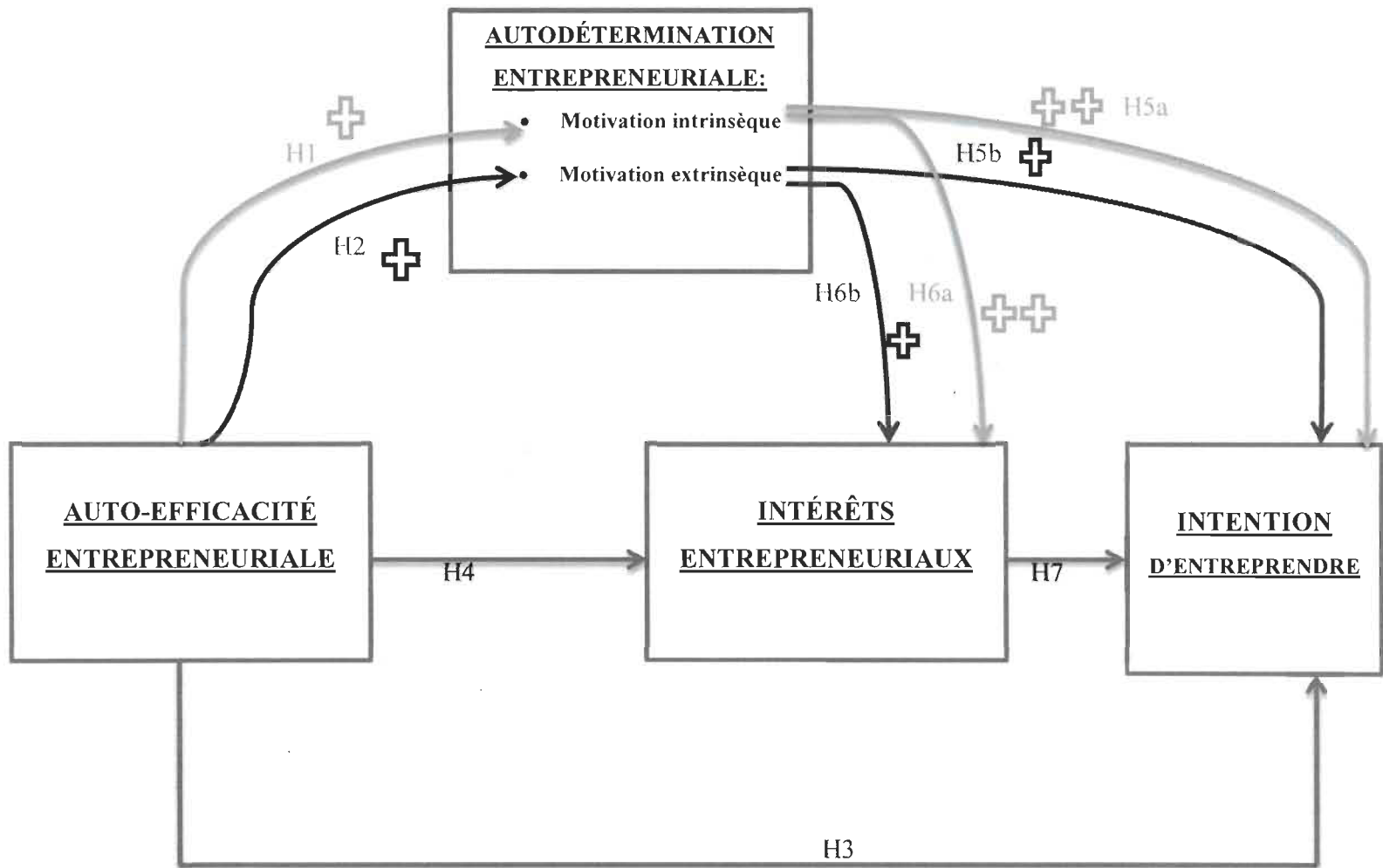


Figure 5 : Modèle de recherche illustrant le développement de l'intention d'entreprendre.

2.5.2 Variables retenues

Cette recherche se compose de trois types de variables soit : une variable dépendante; une variable médiatrice, deux variables indépendantes et des variables de contrôle. À noter toutefois que la variable de l'auto-détermination, bien que médiatrice entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre, est conceptualisée ici comme indépendante. La raison est que l'auto-efficacité et la motivation sont considérées simultanément pour expliquer les intérêts et les intentions selon le modèle de Lent et al (2002), et donc d'un niveau similaire. ce qui suggère qu'elles peuvent être considérées comme indépendantes dans notre travail.

2.5.2.1 Les variables indépendantes :

L'autodétermination entrepreneuriale et l'auto-efficacité entrepreneuriale représentent les variables indépendantes retenues dans cette recherche. Des recherches empiriques montrent que l'AÉE est un facteur personnel important pour le développement de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires (Betz et Hackett, 1981; Carr et Sequeira, 2007; Cunningham et al., 2005; Pihie et Akmaliah, 2009; Zhao et al., 2005). Il ressort de la revue de la littérature que l'autodétermination permet de prédire le choix de carrière. Concernant l'autodétermination entrepreneuriale, il semble que ce type de motivation peut avoir un impact sur le développement de l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. Cette influence peut être directe et indirecte par l'entremise des intérêts entrepreneuriaux. La revue de la littérature nous a guidés aussi à la vérification du rôle médiateur de l'autodétermination entrepreneuriale entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre présentée dans l'hypothèse 8.

2.5.2.2 La variable médiatrice

La variable médiatrice retenue dans la présente recherche est les intérêts entrepreneuriaux. La littérature avait révélé que l'auto-efficacité et l'autodétermination exercent une influence indirecte sur l'intention d'entreprendre par l'entremise de l'intérêt envers cette carrière.

2.5.2.3 Les variables de contrôle :

Les variables de contrôle retenues sont le sexe, l'âge, l'exposition préalable à une entreprise familiale et les normes subjectives. La littérature avait montré que les normes subjectives occupent une place importante dans les trois théories qui composent notre modèle de recherche (la TSCC, la TAD et la théorie de l'auto-efficacité de Bandura (2003)). Les autres variables se sont aussi révélées importantes pour expliquer le choix de carrière dans des travaux précédents (Menziès et al., 2006; St-Jean, Tremblay, & Jacquemin, 2013).

2.5.2.4 La variable dépendante

L'intention d'entreprendre est la variable dépendante de cette recherche. Cette variable est la résultante à la fois de l'influence de l'intérêt à entreprendre, qui lui-même résulte de l'influence de l'auto-efficacité entrepreneuriale et de l'autodétermination entrepreneuriale.

2.5.3 Objectif de recherche

Ce mémoire a comme objectif principal d'étudier l'impact de la motivation entrepreneuriale autodéterminée sur l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires sous le prisme de la TSCC. De manière plus précise, nous tenterons à travers cette recherche d'explorer l'influence de la motivation intrinsèque et extrinsèque sur le développement de l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat et de l'intention d'entreprendre.

2.5.4 Hypothèses de recherches

Compte tenu de notre objectif de recherche et de tout ce qui a été mentionné précédemment, huit hypothèses sont présentées :

H1 : L'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement la motivation intrinsèque.

H2 : L'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement la motivation extrinsèque.

H3 : Il existe une relation positive directe entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre.

H4 : L'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence positive sur les intérêts entrepreneuriaux.

H5a : La motivation intrinsèque exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre.

H5b : La motivation extrinsèque exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre.

H5c : L'influence de la motivation intrinsèque sur l'intention d'entreprendre sera plus marquée que la motivation extrinsèque.

H6a : La motivation intrinsèque exerce une influence positive sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat.

H6b : La motivation extrinsèque exerce une influence positive sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat.

H6c : L'influence de la motivation intrinsèque sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat sera plus marquée que la motivation extrinsèque.

H7 : Il existe une relation positive entre l'intérêt entrepreneurial et l'intention d'entreprendre.

H8 : L'autodétermination entrepreneuriale joue un rôle médiateur entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre.

3 MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre explique la méthodologie de recherche adoptée pour tester les hypothèses retenues. Il expose dans l'ordre le devis de recherche, la population étudiée, l'échantillon retenu, la collecte des données et finalement les méthodes de mesure permettant l'opérationnalisation des variables.

3.1 Devis de recherche

Cette recherche fait partie d'une vaste enquête longitudinale sur la carrière entrepreneuriale. Elle repose sur la formulation d'hypothèses à partir de la littérature existante, elle tente d'explorer le rôle médiateur de l'autodétermination entrepreneuriale et de l'intérêt entrepreneurial dans la relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. Par conséquent, elle s'inscrit dans une logique déductive qui consiste à mettre à l'épreuve des hypothèses préalablement formulées. Cette méthode privilégie une analyse quantitative des données. Fondée sur une épistémologie positiviste, cette recherche vise à expliquer l'intention d'entreprendre à travers l'opérationnalisation des concepts sous forme de variables mesurables.

Cette étude est également corrélationnelle puisqu'elle vise à expliquer la relation entre plusieurs variables. En effet, il s'agit d'étudier les relations qui existent entre la variable dépendante l'intention d'entreprendre et les variables indépendantes l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'autodétermination entrepreneuriale par la médiation de l'intérêt à l'entrepreneuriat.

3.2 Échantillonnage

Tel que mentionné, ce travail fait partie d'une enquête longitudinale sur l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. Le nombre total des répondants à cette enquête lors de la sollicitation initiale est de 1855. Il s'agit exclusivement d'étudiants universitaires provenant de 14 universités établis au Canada (10), en France (1), en Belgique (1), en Algérie (1) et au Brésil (1). Le nombre d'effectif par université et le pourcentage est rapporté de manière synthétisée dans le tableau 1 ci-dessous. En vue d'obtenir un échantillon qui correspond au critère de sélection, soit les étudiants qui se situent en amont de l'intention d'entreprendre, nous avons retiré de la population totale ceux qui se situent en aval de l'intention d'entreprendre grâce aux questions reportées dans le tableau 2. En effet les quatre questions permettent d'identifier les quatre profils suivants :

- Les répondants qui ont possédé une entreprise dans le passé;
- Les répondants qui possèdent actuellement une entreprise;
- Les répondants qui sont en processus de démarrage d'entreprise;
- Les répondants qui sont des travailleurs autonomes au moment de l'étude.

La soustraction de ces profils permet d'éviter tout biais sur les résultats. Notons que lors de la soustraction de ces profils de la population totale, nous avons pris en considération les répondants qui sont identifiés dans plus d'un profil, par exemple : possédé une entreprise dans le passé (EEPAST) et possède actuellement une entreprise (ENTOP). Ainsi, aucune personne de l'échantillon n'est entrepreneur actuellement, essaie de l'être ou l'a été dans le passé.

Ensuite, nous avons retenu les répondants qui étudient dans les dix universités québécoises. Ce choix se justifie par le nombre important de ce groupe et l'homogénéité en termes d'environnement et de culture. Ces deux étapes nous ont permis d'obtenir l'échantillon décrit ci-dessous.

Tableau 1 : Population totale étudiée.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Université du Québec à Trois-Rivières UQTR	266	14,3	14,3	14,3
Université du Québec à Outaouais UQO	39	2,1	2,1	16,4
Université du Québec en Abitibi- Témiscamingue UQAT	5	,2	,2	16,6
Université du Québec à Rimouski UQAR	141	7,6	7,6	24,2
Université de SHERBROOKE	268	14,5	14,5	38,7
Université LAVAL	285	15,4	15,4	54,1
TÉLUQ –UQAM	6	,3	,3	54,4
École des Hautes Études Commerciales de Montréal HEC	5	,2	,2	54,6
École de technologie supérieure (E.S.T.)	40	2,2	2,2	56,8
École polytechnique de Montréal	90	5,0	5,0	61,8
Université Catholique de Louvain (UCL Belgique)	331	17,8	17,8	79,6
Advancia	170	9,2	9,2	88,8
Université d'Alger 2	144	7,7	7,7	96,5
UFG-Brési	65	3,5	3,5	100,0
Total	1855	100,0	100,0	

Tableau 2 : Questions permettant de situer les répondants en amont ou en aval de l'intention.

Université	EEPAST :	ENTOP :	ENTSTAR :	PEMPA :
	Par le passé, avez-vous possédé une entreprise qui n'est plus actuellement en opération ?	Possédez-vous, seul ou en équipe, une entreprise actuellement en opération, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ?	Etes-vous actuellement, seul ou en équipe, en processus de démarrage d'entreprise, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ?	Quel est votre statut d'emploi actuel?

3.3 Description de l'échantillon

L'échantillon final retenu après les deux étapes de filtrations se compose de 828 étudiants au Québec. Notre échantillon se compose de plus de femmes (59.5%) que d'hommes (40,5%) soit un total de 493 de femmes et 335 d'hommes. La moyenne d'âge dans cet échantillon est de 24,52 ans (avec un écart-type de 5,16 et une médiane de 23 ans). En ce qui concerne l'exposition préalable à une entreprise familiale, 154 répondants ont indiqué qu'ils n'ont pas été exposés à une entreprise familiale et 533 ont indiqué qu'ils ont été exposés à une entreprise familiale (Voir le tableau 3).

Tableau 3: Exposition à une entreprise familiale

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non expo. à une famille en affaires	154	18,6	22,4	22,4
	Exposé à une famille en affaires	533	64,4	77,6	100,0
	Total	687	83,0	100,0	
Manquant		141	17,0		
Total		828	100,0		

3.4 Collecte des données

Les données de cette recherche proviennent des 10 universités québécoises. La participation à l'enquête a été faite de manière libre et volontaire. Cependant, les moyens utilisés pour recueillir les données varient d'une institution à l'autre, étant donné que chaque université participante avait ses propres contraintes pour rejoindre les étudiants. Aussi, l'enquête se faisait par le biais des portails universitaires, des courriels et des journaux des universités, selon les meilleures options disponibles. En outre, l'outil d'enquête en ligne www.surveymonkey.com a été utilisé pour compiler les réponses, celui-ci permettant de créer et de gérer un questionnaire en ligne.

3.5 Mesures

La présente sous-section a pour objectif de montrer les différents outils utilisés dans l'opérationnalisation des variables. Il est important de noter qu'il s'agit d'outils de mesures qui ont été validés par les recherches précédentes.

3.5.1 Variable dépendante

L'intention d'entreprendre est la variable dépendante retenue dans cette recherche. L'opérationnalisation de cette variable s'est faite à l'aide de la traduction de l'outil développé par Thompson (2009) par le professeur St-Jean de l'UQTR. Dans cet outil, l'étudiant devait indiquer dans quelle mesure les affirmations correspondantes aux cinq premiers items indiqués dans le tableau ci-dessous s'appliquent à sa situation. Une échelle de Likert allant de 1 (très en désaccord) à 7 (très en accord) a été appliqué. Pour l'item 6, qui a été ajouté à l'outil de Thompson (2009), l'échelle de 5 points (1 correspond à pas du tout et 5 correspond à énormément) a été transformée en 7 points afin que la mesure soit correspondante aux autres items.

Tableau 4: La mesure de l'intention d'entreprendre (Thompson, 2009)

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

Code		Échelle
IE1	Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise	<i>Très en désaccord = 1</i> <i>En désaccord = 2</i> <i>Un peu en désaccord = 3</i> <i>Ni en accord/ni en désaccord = 4</i> <i>Un peu en accord = 5</i> <i>En accord = 6</i> <i>Très en accord = 7</i>
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	
IE4	Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise	
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	<i>Pas du tout = 1 = 1</i> <i>Un peu = 2 = 2,5</i> <i>Modérément = 3 = 4</i> <i>Beaucoup = 4 = 5,5</i> <i>Énormément = 5 = 7</i>

En ce qui concerne la fidélité et la validité de la mesure, le test d'alpha de Cronbach est de 0,868. Quant à l'analyse factorielle exploratoire, elle révèle l'unidimensionnalité des items et 60,248% de la variance totale est expliquée par un seul facteur. Prenant en considération les bons résultats de validité et de fiabilité de l'outil de mesure, nous avons utilisé le score moyen des six items pour mesurer cette variable dans ce mémoire.

3.5.2 Variables indépendantes

3.5.2.1 L'auto-efficacité entrepreneuriale

L'opérationnalisation de l'auto-efficacité s'est basée sur l'outil de mesure développé par McGee et al. (2009). Cet outil consiste à mesurer le niveau de confiance des étudiants universitaires à réaliser un certain nombre de tâches liées à l'activité entrepreneuriale. Cet outil se compose de cinq dimensions, qui représentent les principales activités entrepreneuriales, se subdivisent en 20 items au total : la reconnaissance d'opportunités (4 items); la planification (4 items); la définition de la vision de l'entreprise (3 items); les compétences humaines et conceptuelles (6 items) et les compétences financières (3 items). Ces dimensions sont mesurées avec une échelle allant de 0% à 100% et se répartit par tranche de 10%, permettant aux participants de quantifier le niveau de confiance à leur habileté envers chaque dimension. Les cinq dimensions et les 20 items correspondants sont synthétisés dans le tableau 5 suivant.

Tableau 5 : Mesure des cinq (5) dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale

Quel est votre niveau de confiance en votre habileté à ?

« Searching » : Reconnaissance d'opportunité ESEOR	Code	Étiquette	Échelle
	ESEOR1	Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même	0% = 0
	ESEOR2	Faire un <i>brainstorm</i> avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service	
	ESEOR3	Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service	
	ESEOR4	Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients	
« Planning » : Planification : ESEPLA	ESEPLA1	Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service	10à20%=2
	ESEPLA2	Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service	20à30%=3
	ESEPLA3	Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise	30à40%=4
	ESEPLA4	Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service	40à50%=5
« Marshaling » : Définition de la finalité principale de l'entreprise VIS	ESEVIS1	Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise	50à60%=6
	ESEVIS2	Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres)	60à70%=7
	ESEVIS3	Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours	70à80%=8 80à90%=9
« Implementing- people » : Compétences humaines et « conceptuelles » : ESEHCC	ESEHCC1	Superviser des employés	90à100%=10
	ESEHCC2	Recruter et embaucher des employés	
	ESEHCC3	Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise	
	ESEHCC4	Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours	
	ESEHCC5	Inspirer, encourager et motiver mes employés	
	ESEHCC6	Former mes employés	
« Implementing- financial » : Compétences financières : ESEFC	ESEFC1	Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise	
	ESEFC2	Gérer les actifs financiers de mon entreprise	
	ESEFC3	Lire et interpréter les états financiers	

En ce qui concerne la fidélité et la validité de la mesure, le test d'alpha de Cronbach a été calculé, en plus de l'analyse factorielle exploratoire sur chacune des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Les résultats du test d'alpha de Cronbach et de l'analyse factorielle sont résumés dans le tableau 6 suivant.

Tableau 6 : Synthèse des résultats de l'analyse de la fiabilité et de la validité.

Variabes	% de la variance	Alpha de Cronbach	Décision
Reconnaissance d'opportunité	%68,191	0,843	Validé
Planification	%63,739	0,805	Validé
Définition de la finalité principale de l'entreprise	%72,753	0,812	Validé
Compétences humaines et «conceptuelles »	%66,284	0,898	Validé
Compétences financières	%88,546	0,935	Validé

Toutefois, par souci de parcimonie, nous avons regroupé l'ensemble des items de l'auto-efficacité entrepreneuriale ensembles, ce qui facilite les analyses et l'interprétation. Cette mesure consiste donc en une mesure globale de l'auto-efficacité entrepreneuriale. La moyenne de tous les items sera utilisée pour les analyses subséquentes.

3.5.2.2 L'autodétermination entrepreneuriale

À l'aide de l'outil développé par Norris F. Jr. Krueger (2000), qui tentait d'identifier la principale motivation des dirigeants de PME, nous avons classé les cinq (5) buts proposés, qui représentent les cinq (5) items du questionnaire. Selon la TAD, et tel que mentionné précédemment, nous avons séparés ces items selon qu'ils correspondent à des buts extrinsèques ou des buts intrinsèques, ce qui va nous permettre de mesurer ces

deux types de motivation séparément. En conséquence, nous avons obtenu deux (2) buts qui représentent la motivation extrinsèque, soit : les récompenses financières (EOE1) et les récompenses personnelles (EOE3) et trois buts (3) qui représentent la motivation intrinsèque soit : des améliorations dans la société (EOE5); la sécurité familiale (EOE4) et l'autonomie au travail que l'entrepreneuriat procure (EOE2). Ensuite, nous avons mesuré le degré d'importance que représente chaque but en étant propriétaire d'une entreprise. Une échelle de Likert allant de 1 (pas du tout) à 5 (énormément) a été appliquée. Pour que cette mesure soit uniforme à celle des autres variables, nous avons transformé l'échelle, qui était de 5 points, en une échelle de 7 points de la manière suivante : 1=1; 2=2,5; 3 = 4; 4=5,5; 5=7.

Tableau 7 : Classification et mesure des motivations

		Code	Étiquette	Échelle
Dans quelle mesure comptez-vous réaliser les résultats suivants en étant propriétaire d'une entreprise?	Motivation extrinsèque	EOE1	Les récompenses financières.	<i>Pas du tout =1=1</i> <i>Un peu =2=2,5</i> <i>Modérément=3=4</i>
		EOE3	Récompenses personnelles.	<i>Beaucoup = 4 =5,5</i>
	Motivation intrinsèque	EOE5	Des améliorations dans la société	<i>Énormément=5=7</i> <i>Pas du tout=1 =1</i> <i>Un peu=2 =2,5</i>
		EOE4	Sécurité familiale.	<i>Modérément=3=4</i> <i>Beaucoup=4 =5,5</i>
		EOE2	L'autonomie au travail que l'entrepreneuriat procure.	<i>Énormément=5=7</i>

Au final, comme l'indique le tableau 7, nous avons obtenu deux mesures qui représentent ces variables, soit : la motivation extrinsèque (qui est la moyenne qui varie de 1 à 7 des deux buts extrinsèques (récompenses financières et récompenses personnelles)) et la motivation intrinsèque (qui est la moyenne qui varie de 1 à 7 des trois

buts intrinsèques (des améliorations dans la société; sécurité familiale et l'autonomie au travail que l'entrepreneuriat procure)).

En ce qui concerne la fidélité et la validité de la mesure, le test d'alpha de Cronbach est de 0,506, pour la motivation intrinsèque et l'analyse factorielle révèle 50,298% de la variance totale est expliquée par un seul facteur. Pour la motivation extrinsèque, le test d'alpha de Cronbach est de 0,299 et l'analyse factorielle révèle 58,785% de la variance total est expliquée par un seul facteur.

À titre informatif, nous tenons à informer le lecteur que cet outil a été développé afin de déterminer la motivation principale du dirigeant de PME. Initialement, aucun classement a priori selon la nature intrinsèque ou extrinsèque n'a été pensé et l'outil n'a pas été développé pour cette fin. En outre, la motivation autodéterminée n'a pas fait l'objet de l'enquête longitudinale en tant que tel dans les choix du chercheur principal, ce qui fait que la mesure que nous avons utilisé est sans doute sous-optimale. Mais grâce à la mesure de la motivation récupérée dans le questionnaire et grâce à la littérature consultée, nous avons pu classer les résultats attendus de l'entrepreneuriat selon leur nature intrinsèque/extrinsèque et exploiter les données collectées pour mesurer les deux types de motivation, malgré les limites importantes à la qualité des mesures de ces dimensions. Il va sans dire que les travaux futurs sur cette question devront placer en priorité le développement de mesures adaptées selon la TAD.

3.5.3 Variable médiatrice

L'opérationnalisation de l'intérêt entrepreneurial se base sur le travail de McGee et al. (2009), lui-même se basant sur une revue de littérature sur la question des activités liées à l'entrepreneuriat. À la lumière des cinq principales activités liées au démarrage d'une entreprise, nous avons créé un item pour chacune de ces dimensions qui vérifie les intérêts pour cette activité. Ainsi, l'étudiant devait indiquer sur une échelle de Likert à 5 points allant de « 1 pas du tout » à « 5 énormément », dans quelle mesure il possède des

intérêts à l'égard des cinq activités entrepreneuriales suivantes, comme le montre le tableau 8. Pour que cette mesure soit uniforme à celle des autres variables, nous avons transformé l'échelle qui était de 5 points à une échelle de 7 points de la manière suivante : 1=1; 2=2,5; 3 = 4; 4=5,5; 5=7.

Tableau 8 : Tableau de mesure de l'intérêt basé sur McGee et al. 2009

Dans quelle mesure possédez-vous des intérêts à l'égard des activités suivantes :

Code	Étiquette	Échelle
EI1	Identifier des nouveaux produits/services pour répondre à un besoin	<i>Pas du tout = 1=1</i> <i>Un peu = 2=,25</i> <i>Modérément = 3=4</i> <i>Beaucoup = 4=5,5</i> <i>Énormément = 5=7</i>
EI2	Planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits/services	
EI3	Expliquer et convaincre les autres de sa vision ou de son projet d'affaires	
EI4	Recruter, former, gérer et diriger des employés	
EI5	Gérer, organiser et interpréter des états financiers	

En ce qui concerne la validité de cet outil de mesure, l'analyse factorielle indique 58,14% de la variance totale expliquée par un seul facteur. Alpha de Cronbach est de 0,815. Ces résultats indiquent la validité et la fidélité de cet outil, donc nous retenons la moyenne des cinq (5) items pour le reste de l'étude.

3.5.4 Variable de contrôle

Dans le but de réduire tout biais dans l'estimation de la mesure effectuée auprès de l'échantillon, nous allons introduire dans la régression les variables de contrôle suivantes : le sexe, l'âge, l'exposition préalable à une entreprise familiale et les normes subjectives.

Le sexe est une variable à échelle binaire, nous avons codifié les femmes par le chiffre 1 et les hommes par le chiffre 0.

L'exposition préalable à une entreprise familiale se compose des trois questions suivantes : 1-Le fait d'avoir un des parents entrepreneur, 2-Le fait d'avoir un membre de la famille autre que les parents qui possède ou a déjà possédé une entreprise et 3-Le fait d'avoir travaillé dans une entreprise détenue par un membre de la famille. Cette mesure a été proposée par Carr et Sequeira (2007) et représente la somme des trois questions précédentes à échelle binaire (oui=1 et non=0), variant de 0 à 3 selon le niveau d'exposition.

Les normes subjectives sont mesurées à l'aide de l'outil développé par Kolvereid et Isaksen (2006). L'opérationnalisation se fait en premier lieu, par la mesure de l'opinion des personnes significatives à propos de la carrière entrepreneuriale et en deuxième lieu, par la mesure du degré d'importance de cette opinion qu'accorde la personne et en troisième lieu par la multiplication de l'opinion des proches par l'importance que ces derniers accordent à cette opinion. L'étudiant devait indiquer sur une échelle de 1 « extrêmement négative » à 7 « extrêmement positive » pour la première série de questions et sur une échelle de 1 « pas du tout important » à 7 « extrêmement important » pour la deuxième série de questions, cette échelle a été recodée pour les besoins de mesures de cette variable de -3 « pas du tout important » à +3 « extrêmement important ». À la fin nous nous obtenons une mesure des normes subjectives qui varie entre -21 à +21.

Tableau 9 mesure des opinions des proches.

	Code	Étiquette	Échelle
Indiquez les opinions des personnes suivantes à propos de votre choix pour la carrière d'entrepreneur (être à son propre compte) pour vous. Veuillez indiquer « Non applicable » si vous n'avez pas une relation particulière (p.ex. époux/partenaire de vie)	SNPAR	Mes parents	Extrêmement négative = 1
	SNEPO	Mon époux/ Partenaire de vie	Négative = 2 Légèrement négative = 3 Neutre (ni négative, ni positive)=4
	SNFRER	Mes frères et sœurs	Légèrement positive = 5
	SNFAM	Ma famille	Positive = 6
	SNAMI	Mes amis proches	Extrêmement positive = 7
	SNCON	En général, mes connaissances	Ne s'applique pas/Ne sait pas=0

Tableau 10: mesure de l'importance accordée aux proches

	Code	Étiquette	Échelle
Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi	SNPAR2	Mes parents	<i>Pas du tout important= 1=-3</i>
	SNEPO2	Mon époux/ Partenaire de vie	<i>Peu important= 2=-2</i> <i>À peine important=3=-1</i>
	SNFRER2	Mes frères et sœurs	<i>Neutre = 4=0</i>
	SNFAM2	Ma famille	<i>Modérément important = 5=+1</i>
	SNAMI2	Mes amis proches	<i>Très important = 6=+2</i>
	SNCON2	En général, mes connaissances	<i>Extrêmement important = 7=+3</i> <i>Non applicable/Ne sait pas) = 0</i>

En ce qui concerne la validité de cet outil de mesure, l'analyse factorielle indique 54,07% de la variance totale expliquée par un seul facteur. L'alpha de Cronbach est de 0,804. Ces résultats indiquent la validité et la fidélité de cet outil, nous retiendrons donc la moyenne des 6 items pour le reste de l'étude.

3.6 Méthode d'analyse

Pour bien mener ce travail, nous avons eu recours à l'utilisation d'un logiciel statistique voué aux recherches quantitatives. Nous avons choisi d'effectuer l'analyse des données avec le logiciel SPSS (Statistical package for the social Science, version 22.0). Ce logiciel se caractérise par sa convivialité et sa rapidité à l'exécution des calculs statistiques.

Dans une première étape, nous allons procéder par l'analyse corrélacionnelle qui a comme objectif de déterminer l'intensité et la direction de la relation entre chaque variable de l'étude et l'intention d'entreprendre et de vérifier la pertinence et la cohérence de nos données. En plus, cette analyse permet de détecter les éventuels problèmes de colinéarités. Le coefficient de corrélation de *Pearson* (r), permet de mettre en évidence la relation linéaire qui existe entre les variables de l'étude.

La deuxième étape consiste à l'analyse de régression linéaire, qui met en relation plusieurs variables simultanément afin de distinguer leurs effets respectifs sur l'intention d'entreprendre. Rappelons que les régressions vont être effectuées pour chaque type de motivation afin que nous puissions faire la comparaison entre ces deux types de motivations. Vu que les intérêts entrepreneuriaux se rapprochent de l'intention d'entreprendre, nous avons effectué les régressions entre les variables indépendantes et l'intention d'entreprendre (tableau 12) et entre les variables indépendantes et les intérêts entrepreneuriaux (tableau 13) séparément afin d'étudier l'effet des deux dimensions de

l'auto-détermination sur, d'un côté l'intention d'entreprendre et de l'autre sur l'intérêt entrepreneuriale.

En troisième étape, nous allons tester le rôle médiateur de l'autodétermination par une régression hiérarchique selon la démarche proposée par Baron et Kenny (1986). Afin de vérifier le rôle médiateur de l'autodétermination, il suffit de vérifier les conditions suivantes :

- ✓ Le lien entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre est significatif (c).
- ✓ Le lien entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et les deux types de motivation sont significatifs (a).
- ✓ Les deux types de motivation sont significativement reliés à l'intention d'entreprendre (b). Dans cette étape, nous allons mettre dans une équation de régression l'intention d'entreprendre comme variable dépendante et l'auto-efficacité entrepreneuriale ainsi que l'autodétermination entrepreneuriale comme des facteurs prédictors (variables indépendantes)
- ✓ Enfin, une fois que l'autodétermination entrepreneuriale est contrôlée par les relations (a) et (b), la relation (c) devrait s'estomper pour démontrer un effet médiateur complet, ou se réduire dans le cas d'un effet médiateur partiel. Nous soulignons que dans cette étape, les types de motivations seront mesurés simultanément.

Il faut noter que si une ou plusieurs de ces conditions n'est pas satisfaite, nous devons conclure qu'il n'y pas de médiation. Ainsi, dans le cas où la relation (c) devient nulle après avoir contrôlé l'autodétermination entrepreneuriale, la médiation est totale. Dans le cas où la relation (c) n'est plus significative (mais n'est pas zéro) après avoir contrôlé l'autodétermination la médiation est partielle.

En quatrième étape nous allons vérifier le rôle médiateur de l'intérêt entrepreneurial entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre et cela on suivant la même démarche précédente. Donc nous allons vérifier les conditions suivantes :

- ✓ Le lien entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre est significatif (c').
- ✓ Le lien entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intérêt entrepreneurial est significatif (à).
- ✓ l'intérêt entrepreneurial est significativement relié à l'intention d'entreprendre (b'). Dans cette étape, nous allons mettre dans une équation de régression l'intention d'entreprendre comme variable dépendante et l'auto-efficacité entrepreneuriale ainsi que l'intérêt entrepreneurial comme des facteurs prédictors (variables indépendantes)
- ✓ Enfin, une fois que l'intérêt entrepreneurial est contrôlée par les relations (à) et (b'), la relation (c') devrait s'estomper pour démontrer un effet médiateur complet, ou se réduire dans le cas d'un effet médiateur partiel.

4 RÉSULTATS

Dans ce chapitre, nous allons présenter les résultats de l'analyse statistique que nous avons effectuée dans le but de valider ou de réfuter les hypothèses de recherches qui ont été émises dans le cadre de notre revue de la littérature. Ce chapitre s'articulera sur deux sections, la première présente l'analyse corrélationnelle effectuée, la deuxième présente les résultats de l'analyse de régression.

4.1 Analyse corrélationnelle

L'analyse corrélationnelle a comme objectif de mettre en évidence le sens et l'intensité du lien qui existe entre l'auto-efficacité entrepreneuriale, l'autodétermination entrepreneuriale, l'intérêt entrepreneurial et l'intention d'entreprendre. Le coefficient de corrélation de Pearson (r), est utilisé pour quantifier la direction et l'intensité du lien entre les variables de l'enquête. Notons que le coefficient de corrélation de Pearson (r) peut prendre des valeurs allant de -1 signifiant une forte corrélation entre deux variables qui varie dans le sens opposé, jusqu'à $+1$ signifiant une forte corrélation entre deux variables qui varie dans le même sens. Un faible coefficient de corrélation de Pearson (r) est synonyme de l'inexistence de relation linéaire entre deux variables, se rapprochant généralement de zéro (0).

Le tableau 11 présente les moyennes, les écarts-types et les corrélations entre les variables de l'étude. En ce qui concerne les variables de contrôle, elles sont toutes significativement corrélées avec l'intention d'entreprendre. Cela démontre l'importance de les inclure dans les analyses. Les normes subjectives affichent une relation positive ($r=0,259$; $p\leq 0,01$) avec l'intention d'entreprendre. La relation entre l'intention d'entreprendre et l'exposition préalable à une entreprise familiale est positive ($r= 0,186$; $p\leq 0,01$). L'âge est également positivement corrélé avec l'intention d'entreprendre ($r=0,105$; $p\leq 0,01$). En revanche, nous constatons que le sexe est négativement corrélé avec

l'intention d'entreprendre ($r = -0,264$; $p \leq 0,01$), ce qui indique que les femmes ont moins l'intention de démarrer que les hommes. Nous soulignons que les corrélations de ces variables avec l'intention d'entreprendre sont faibles, mais elles justifient le choix de les considérer comme variables de contrôles.

Grâce aux résultats corrélacionnels présentés dans le tableau 11 nous pouvons constater la forte corrélation positive entre l'intérêt entrepreneurial et l'intention d'entreprendre ($r = 0,637$; $p \leq 0,01$). Le même constat est fait concernant l'auto-efficacité entrepreneuriale, le coefficient de Pearson r indique une relation positive entre cette variable et l'intention d'entreprendre ($r = 0,534$; $p \leq 0,01$).

Quant aux motivations intrinsèque et extrinsèque, l'analyse corrélacionnelle révèle une relation significative entre ces variables et l'intention de démarrer une entreprise. Concernant la motivation intrinsèque, est corrélée positivement à l'intention d'entreprendre ($r = 0,218$; $p \leq 0,01$). La motivation extrinsèque est aussi corrélée positivement avec l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires ($r = 0,187$; $p \leq 0,01$), mais de manière moins marquée. Il est primordial de noter que l'intensité de ces corrélacions est jugée faible.

Tableau 11: Moyennes, écart-type et corrélations des variables

Variables	Moy.	E.-T.	1	2	3	4	5	6	7	8
1- Intention entreprendre	3,34	1,46	1							
2- Sexe ¹	0,60	0,49	-,264**	1						
3- Âge	24,52	5,16	,105**	,017	1					
4-Entreprise familiale	1,37	1,02	,186**	,005	,033	1				
5-Normes subjectives	7,03	5,03	,259**	,008	,033	,235**	1			
6- Motiv. intrinsèque	3,38	0,79	,218**	-,028	-,012	,064	,253**	1		
7- Motiv. extrinsèque	3,42	0,79	,187**	-,065	-,047	,124**	,198**	,432**	1	
8- Intérêts entrepren.	2,95	0,95	,637**	-,186**	,091*	,188**	,336**	,273**	,326**	1
9-Auto-efficacité entrep.	6,10	1,69	,534**	-,182**	,080*	,188**	,287**	,242**	,287**	,668**

¹ : Femme=1, Homme=0;

** = p≤0,01; * =p≤0,05

4.2 Analyse de régression

Dans la présente sous-section, nous allons commencer par l'interprétation des résultats synthétisés dans le tableau 12 et qui concerne l'effet des variables indépendantes sur l'intention d'entreprendre. Ensuite, nous allons exposer les résultats qui sont synthétisés dans le tableau 13 et qui concernent l'effet des variables indépendantes sur les intérêts entrepreneuriaux.

L'analyse de régression hiérarchique a pour objectif de vérifier nos hypothèses de recherches issues de la documentation scientifique. Pour des raisons de parcimonie et pour une meilleure compréhension des régressions effectuées, les résultats de l'analyse de régression entre les variables indépendantes et l'intention d'entreprendre ainsi qu'avec les intérêts entrepreneuriaux sont reportées dans les tableaux 12 et 13. Les deux tableaux vont nous permettre de faire la comparaison entre la motivation intrinsèque et la motivation extrinsèque dans notre modèle théorique.

En premier lieu, le tableau 12 met en lumière l'effet de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur les deux types de motivation et synthétise les régressions hiérarchiques entre les variables indépendantes et l'intention d'entreprendre. En deuxième lieu, nous allons présenter dans le tableau 13 les régressions hiérarchiques entre les variables indépendantes et les intérêts entrepreneuriaux. Cette démarche a pour objectif de comprendre l'effet respectif de la motivation intrinsèque et la motivation extrinsèque sur les intérêts entrepreneuriaux et sur l'intention d'entreprendre. Ensuite, le deuxième objectif est de faire la comparaison entre l'effet des deux types de motivation sur l'intention d'entreprendre et sur les intérêts entrepreneuriaux. Enfin, le troisième objectif est de vérifier le rôle médiateur de l'autodétermination entrepreneuriale entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre.

Pour chacune des régressions, les tableaux 12 et 13 mettent en évidence la qualité du modèle (exprimé par la significativité de la statistique F de la loi de Fisher). Le coefficient de détermination R^2 permet de mettre en lumière la contribution de chacune des variables à l'explication de la variable indépendante (l'intention d'entreprendre dans le tableau 12 et les intérêts entrepreneuriaux dans le tableau 13). Les coefficients standardisés β permettent de montrer la contribution individuelle de chaque variable dans la prédiction de la variable dépendante retenue. Mentionnons que la significativité des coefficients de régression β est donnée par la statistique T de Student.

Au final, les résultats des différentes régressions nous permettent de vérifier les huit (8) hypothèses de recherche.

Selon les résultats du tableau 12, les normes subjectives ont un effet positif sur la motivation intrinsèque, sur la motivation extrinsèque et sur l'intention d'entreprendre en l'absence de la motivation intrinsèque dans le modèle 4. Par contre il faut souligner que la relation entre cette variable et l'intention d'entreprendre n'est plus significative quand on ajoute la motivation intrinsèque (β *standardisé* = 0,071; $p \leq 0,05$) ou la motivation extrinsèque et l'AÉE simultanément (β *standardisé* = 0,047; $p \leq 0,05$). Les modèles 2, 3, 5 et 6 dans le tableau 12 nous permettent de voir ce constat. Cela veut dire que les normes subjectives n'ont aucun pouvoir explicatif sur l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires une fois que l'on considère la motivation intrinsèque. Soulignons qu'aucune hypothèse n'a été émise puisqu'il s'agit d'une variable de contrôle.

Concernant le sexe, nous constatons que le genre a un effet négatif très significatif sur l'intention d'entreprendre et cet effet se maintient dans tous les modèles. En d'autres termes, nous constatons que les hommes ont une plus forte intention d'entreprendre que les femmes.

Tableau 12: Régressions hiérarchiques de l'intention d'entreprendre

Var. indépendante	Motivation Intrinsèque	Motivation Extrinsèque	Intention	Intention	Intention	Intention	Intention	Intention
	β	β	Modèle 1 β	Modèle 2 β	Modèle 3 β	Modèle 4 β	Modèle 5 β	Modèle 6 β
Sexe ¹	-0,029	-0,056	-0,283***	-0,239***	-0,198***	-0,237***	-0,199***	-0,197***
Âge	-0,018	-0,050	0,067*	0,081	0,071	0,084*	0,071	0,071
Entreprise familiale	0,007	0,062	0,083*	0,098*	0,070	0,088*	0,066	0,069
Normes subjectives	0,224***	0,153***	0,111***	0,071	0,028	0,092*	0,047	0,027
Auto-efficacité ent.	0,190***	0,243***	0,444***		0,351***		0,362***	0,349***
Mot. Intrinsèque				0,188***	0,121**			0,116**
Mot. Extrinsèque						0,140***	0,052	0,014
Sig. Variation de F	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
R ² adj.	,093	0,105	0,336	0,112	0,224	0,097	0,213	0,222

¹ : Femme=1, Homme=0;

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

Concernant les deux premières hypothèses (H1 et H2), qui prévoient que *l'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence positive sur la motivation intrinsèque et extrinsèque*, les deux premières colonnes du tableau 12 indiquent que l'auto-efficacité entrepreneuriale influence de manière positive et très significative la motivation intrinsèque et la motivation extrinsèque. Donc, les hypothèses H1 et H2 sont validées. Ce que nous constatons aussi c'est que le lien entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et la motivation extrinsèque est légèrement plus fort (β *standardisé* = 0,243; $p \leq 0,001$) que le lien avec la motivation intrinsèque (β *standardisé* = 0,190; $p \leq 0,001$).

L'hypothèse H3, qui prévoit que *l'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence directe sur l'intention d'entreprendre*, est validée. En effet, le modèle 1 du tableau 12 montre une relation positive très significative entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre et sa contribution individuelle dans le modèle 1 est très forte (β *standardisé* = 0,444; $p \leq 0,001$). En outre, cette relation se maintient dans les modèles 3, 5 et 6. Autrement dit, l'auto-efficacité entrepreneuriale contribue fortement au développement de l'intention d'entreprendre et son ajout a rehaussé la variance expliquée associée à l'intention d'entreprendre de 11,2% dans le modèle 3 [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle 3} - R^2 \text{ modèle 2}) = 0,224 - 0,112 = 0,112$] et de 11,6% dans le modèle 5 [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle 5} - R^2 \text{ modèle 4}) = 0,213 - 0,097 = 0,116$]. Ce constat affirme que l'auto-efficacité entrepreneuriale est un prédicteur fort de l'intention d'entreprendre.

L'hypothèse H5a stipule que *la motivation intrinsèque a un impact positif sur l'intention d'entreprendre* et celle-ci est validée. En effet, le modèle 2 du tableau 12 montre une relation positive et significative entre la motivation intrinsèque et l'intention d'entreprendre (β *standardisé* = 0,188; $p \leq 0,001$). Ce constat indique que cette motivation influence positivement l'intention d'entreprendre et cette influence augmente avec l'auto-efficacité (modèle 3 du tableau 12) (β *standardisé* = 0,121; $p \leq 0,001$).

En ce qui la relation entre la motivation extrinsèque et l'intention d'entreprendre les résultats du modèle 4 du tableau 12 indiquent que la motivation extrinsèque exerce une influence positive et significative sur l'intention d'entreprendre (β *standardisé* = 0,140; $p \leq 0,001$). Cependant, le modèle 5 du tableau 12 nous permet de constater que cette relation devient non significative si nous ajoutons l'auto-efficacité. Par conséquent, l'hypothèse H5b est partiellement validée.

Le modèle 6 du tableau 12 nous permet de vérifier l'hypothèse H5c. Les résultats de ce modèle montrent que la motivation intrinsèque influence de manière positive et significative l'intention d'entreprendre (β *standardisé* = 0,116; $p \leq 0,001$), alors que l'influence de la motivation extrinsèque sur l'intention d'entreprendre n'est pas significative. Donc, l'hypothèse H5c qui stipule que la motivation intrinsèque influence l'intention d'entreprendre de façon plus marquée que la motivation extrinsèque est validée mais partiellement, car seul l'influence de la motivation intrinsèque est significative dans le modèle final.

Le tableau 12 permet de vérifier l'hypothèse qui prévoit un rôle médiateur de l'autodétermination entrepreneuriale entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre (H8). En suivant la démarche de Baron et Kenny (1986), les trois conditions pour qu'il y ait médiation sont satisfaites, soit : 1-La relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre est positive (modèle 1); 2-La relation entre l'autodétermination entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre est positive, et 3-La relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre reste toujours positive par l'intermédiation de l'autodétermination entrepreneuriale. La variable liée à l'autodétermination demeure positive et significative, cela dénote un effet médiateur partiel [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 3 - R^2 \text{ modèle } 2) = 0,224 - 0,112 = 0,112$] [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 5 - R^2 \text{ modèle } 4) = 0,213 - 0,097 = 0,116$].

En ce qui concerne la variable de contrôle « sexe », le tableau 13 nous permet de ressortir le même constat observé que dans le tableau 12. En effet, cette variable exerce une relation significative négative avec les intérêts entrepreneuriaux, ce qui n'est pas surprenant. En d'autres termes, les femmes expriment moins d'intérêts envers l'entrepreneuriat que les hommes. Notons que cette relation est faible (β *standardisé* = -0,075; $p \leq 0,05$). Ce qui est intéressant à mentionner concernant les variables de contrôles est le fait que les normes subjectives ont un effet positif sur les intérêts entrepreneuriaux dans tous les modèles du tableau 13, contrairement au constat du tableau 12, où la variable perdait sa signification une fois que nous ajoutions la motivation intrinsèque. Ce qui nous permet de conclure, tel qu'indiqué précédemment, que les normes subjectives n'ont aucune influence sur l'intention d'entreprendre en présence de la motivation intrinsèque. Par contre, elles exercent une influence sur les intérêts entrepreneuriaux et du coup, sur l'intention d'entreprendre, par voie de médiation.

Concernant l'hypothèse H4 représentant la relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et les intérêts entrepreneuriaux, le tableau 13 montre une relation positive et significative très forte (β *standardisé* = 0,603; $p \leq 0,001$). Ce résultat nous permet de valider cette hypothèse. En d'autres termes, l'auto-efficacité entrepreneuriale influence beaucoup les intérêts des étudiants universitaires envers l'entrepreneuriat. Notons que l'ajout de l'auto-efficacité entrepreneuriale a rehaussé la variance associée aux intérêts entrepreneuriaux de 23,7% dans le modèle 3a [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 3a - R^2 \text{ modèle } 2a) = 0,368 - 0,131 = 0,237$] et de 21,5% dans le modèle 5a [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 5a - R^2 \text{ modèle } 4a) = 0,380 - 0,165 = 0,215$].

Selon les résultats des régressions effectués et reportés dans les modèles 2a, 3a et 6a du tableau 13 l'hypothèse H6a est validée. En effet, ces résultats indiquent que la motivation intrinsèque influence significativement l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat (β *standardisé* = 0,245; $p \leq 0,001$). Cependant, nous soulignons que le modèle 3a du tableau

13 nous permet de constater que l'influence de la motivation intrinsèque diminue si nous ajoutons l'auto-efficacité (β *standardisé* = 0,146; $p \leq 0,001$).

En ce qui concerne l'influence de la motivation extrinsèque sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat (H6b), le modèles 4a indique que cette motivation exerce une influence positive et significative sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat [modèle 4a (β *standardisé* = 0,309; $p \leq 0,001$)] [modèle 5a (β *standardisé* = 0,190; $p \leq 0,001$)]. Par conséquent, l'hypothèse H6b est validée.

L'hypothèse H6c, tente de faire une comparaison entre l'effet de ces deux types de motivation sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat. Contrairement à ce que stipule l'hypothèse H6c, les résultats du modèle 6a du tableau 13 indiquent que l'influence de la motivation extrinsèque sur l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat (β *standardisé* = 0,158; $p \leq 0,001$), est plus marquée que la motivation intrinsèque (β *standardisé* = 0,095; $p \leq 0,05$). Par conséquent, l'hypothèse H6c est réfutée.

Tableau 13: Régressions hiérarchiques des intérêts entrepreneuriaux

Var. indépendante	Intérêts	Intérêts	Intérêts	Intérêts	Intérêts	Intérêts
	Modèle 1a	Modèle 2a	Modèle 3a	Modèle 4a	Modèle 5a	Modèle 6a
	β	β	β	β	β	β
Sexe ¹	-0,085**	-0,142***	-0,082*	-0,128**	-0,076*	-0,075*
Âge	0,038	0,058	0,044	0,068	0,051	0,051
Entreprise familiale	0,054	0,097*	0,057	0,074	0,044	0,046
Normes subjectives	0,152***	0,148***	0,087*	0,151***	0,091*	0,074*
Auto-efficacité ent.	0,603***		0,509***		0,491***	0,480***
Mot. Intrinsèque		0,245***	0,146***			0,095*
Mot. Extrinsèque				0,309***	0,190***	0,158***
Sig. Variation de F	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
R ² adj.	0,481	0,131	0,368	0,165	0,380	0,387

¹ : Femme=1, Homme=0;

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

Concernant l'hypothèse H7 qui prévoit que *les intérêts entrepreneuriaux influencent positivement l'intention d'entreprendre* est vérifiée par la régression présentée dans le tableau 14. Les résultats de cette régression montrent que les intérêts entrepreneuriaux ont un impact positif et très significatif sur l'intention d'entreprendre (β *standardisé* = 0,581; $p \leq 0,001$) et l'ajout de cette variable rehausse la variance associée à l'intention d'entreprendre de 27,7% [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 2b - R^2 \text{ modèle } 1b) = 0,446 - 0,169 = 0,277$]. En conséquence, cette hypothèse est validée.

Tableau 15 : Régression hiérarchique de la variable intérêts entrepreneuriaux

	Intention d'entreprendre Modèle 1b	Intention d'entreprendre Modèle 2b
Sexe ¹	-,283***	-,170***
Âge	,096**	,051
Entreprise familiale	,136***	,063*
Normes subjectives	,221***	,046
Intérêts entrepreneuriaux		,581***
Sig. Variation de F	0,000	0,000
R ² adj.	0,169	0,446

¹: Femme=1, Homme=0;

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

On ce qui concerne la vérification du rôle médiateur de l'intérêt entrepreneurial (H9) les tableaux précédents (12, 13, et 14), nous permettent de vérifier les conditions de la démarche de Baron et Kenny (1986). En effet, les trois conditions de cette démarche sont satisfaites : 1-La relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre est positive (modèle 1 du tableau 12); 2-La relation entre l'intérêt entrepreneurial et l'intention d'entreprendre est positive et 3-La relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre reste toujours positive par l'intermédiation de l'intérêt entrepreneurial. La variable liée à l'intérêt entrepreneurial demeure positive et significative, cela dénote un effet médiateur partiel [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 3 - R^2 \text{ modèle } 2) = 0,224 - 0,112 = 0,112$] [$\Delta R^2 = (R^2 \text{ modèle } 5 - R^2 \text{ modèle } 4) = 0,213 - 0,097 = 0,116$].

5 DISCUSSION

Après avoir présenté les résultats de cette recherche, nous arrivons à ce dernier chapitre qui a pour objectif, de confronter les résultats observés avec les études empiriques antérieures et de mettre en évidence la contribution de cette recherche. Dans une deuxième sous-section, nous allons exposer les limites observées et enfin, nous allons proposer quelques pistes de recherches futures.

Concernant l'auto-efficacité entrepreneuriale, les résultats de notre recherche indiquent que cette variable exerce un impact positif sur la motivation autodéterminée (H1 et H2). Le lien positif entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et les deux types de motivations que nous constatons dans la présente recherche corrobore les résultats de l'étude d'Alivernini et Lucidi (2011) et de Bandura et Schunk (1981) mais cette fois-ci, dans le contexte de l'entrepreneuriat. Notre résultat s'aligne aussi avec la théorie sociocognitive de Bandura qui stipule que le développement de la motivation intrinsèque est stimulé par l'auto-efficacité (Bandura, 2003) et avec la TAD qui stipule que les expériences vécues ou la maîtrise d'expérience, qui représente l'un des facteurs de développement de l'auto-efficacité, contribuent au développement de différentes formes de motivations correspondantes à des niveaux d'autodétermination distincts (Blais et al., 1993). Il semble donc que ce lien entre l'auto-efficacité et l'autodétermination s'applique aussi dans le choix de carrière entrepreneuriale. En conséquence, les étudiants qui expriment un fort sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale développent une motivation autodéterminée envers cette carrière.

Concernant la relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre qui correspond à l'hypothèse 3 (H3), qui stipule que l'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre, plusieurs études ont montré le lien positif et significatif entre ces deux variables (Betz et Hackett, 1981; Boyd et Vozikis, 1994; Carr et Sequeira, 2007; Cunningham et al., 2005; Pihie et Akmaliah,

2009; Zhao et al., 2005). En effet, cette étude confirme que l'auto-efficacité entrepreneuriale est un facteur important pour le développement de l'intention d'entreprendre.

Le résultat positif observé entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et les intérêts entrepreneuriaux confirme le fondement théorique de la théorie sociocognitive de la carrière qui stipule que l'auto-efficacité entrepreneuriale permet de développer les intérêts envers une carrière (H4). En conséquence, les étudiants universitaires qui ont un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale développent un fort intérêt à se lancer en affaire. Ce résultat va dans le même sens que le résultat de plusieurs études réalisées dans d'autres contextes (Bandura, 2003; Cunningham et al., 2005; Lent et Brown, 2006; Lent et al., 2005; Williams et al., 1997) qui confirment que l'auto-efficacité est positivement liée avec le développement de l'intérêt envers une activité.

En ce qui concerne la relation entre l'autodétermination et l'intention d'entreprendre qui consiste à ce que la motivation intrinsèque et le motivation extrinsèque influencent positivement l'intention d'entreprendre et que l'influence de la motivation intrinsèque sur l'intention d'entreprendre est plus marquée que la motivation extrinsèque, tel que présenté dans les hypothèses 5a, 5b, et 5c, nos résultats affichent une relation positive très significative seulement entre la motivation intrinsèque et l'intention d'entreprendre. Ce constat peut être expliqué par les résultats de l'étude de Bandura et Schunk (1981) qui indiquent que l'auto-efficacité contribue au développement de l'intention d'entreprendre. En effet, l'ajout de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans cette relation contribue à l'augmentation de la motivation intrinsèque et du coup, à l'augmentation de son pouvoir prédictif sur l'intention d'entreprendre. Cela renforce le fondement théorique de l'autodétermination qui stipule que les personnes qui sont intrinsèquement motivées poursuivent leurs objectifs (Deci et Ryan, 2010). Toutefois, nous observons que l'ajout de l'auto-efficacité entrepreneuriale élimine l'impact significatif de la motivation extrinsèque sur l'intention d'entreprendre. En effet, selon la

TAD, les caractéristiques comportementales issues de cette motivation ne permettent pas à la personne de développer l'intention d'entreprendre du fait que cette motivation est reliée à des facteurs externes comme la récompense ou la punition. C'est le cas de la personne qui abandonne son intention d'entreprendre pour des récompenses financières une fois qu'un emploi bien rémunéré est déniché. Nos résultats corroborent l'étude d'Alivernini et Lucidi (2011) qui indique que le niveau d'autodétermination est significativement lié à l'intention des personnes à poursuivre leurs études universitaires. Dans le même sens, l'étude de Pihie et Bagheri (2013) démontre que la motivation intrinsèque permet de prédire l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. Autrement dit, plus la personne est autodéterminé c. à d. intrinsèquement motivée envers la carrière entrepreneuriale, plus son intention d'entreprendre est forte. La personne qui est intrinsèquement motivée envers l'entrepreneuriat poursuit son intention d'entreprendre dans le temps et cette motivation permet de réaliser cette intention.

Concernant la relation entre les deux types de motivation (intrinsèque et extrinsèque) et les intérêts entrepreneuriaux présentée par les hypothèses 6a et 6b, les résultats étaient selon nos attentes. Cependant, nous remarquons que l'influence de la motivation intrinsèque sur les intérêts entrepreneuriaux diminue une fois nous ajoutons l'AÉE dans le modèle. Ces résultats corroborent le fondement théorique de la TAD de Déci et Ryan (1985), qui stipule que les personnes intrinsèquement motivées effectuent une tâche ou une activité par plaisir à l'activité elle-même.

En ce qui concerne l'hypothèse 6c, qui stipule que l'influence de la motivation intrinsèque sur les intérêts entrepreneuriaux est plus marquée que la motivation extrinsèque, il semble que les intérêts des individus soient stimulés par la motivation extrinsèque davantage que par la motivation intrinsèque. Ces résultats sont intéressants à certains égards. En s'appuyant sur les résultats de l'étude de Kasser et Ryan (1996), il semble que les personnes qui sont intrinsèquement motivées perçoivent l'entrepreneuriat comme une carrière qui correspond à leurs valeurs et convictions personnelles. Par

conséquent, leur motivation est directement liée à l'intention d'entreprendre, ce qui explique probablement le faible lien de cette motivation avec l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat. Alors que pour les personnes qui sont extrinsèquement motivées, leur intention d'entreprendre est, selon nos résultats, dépendante de leurs intérêts entrepreneuriaux puisqu'il s'agit d'une motivation qui est contrôlée par des facteurs externes. Conséquemment, la motivation extrinsèque envers l'entrepreneuriat est liée à l'intention d'entreprendre par la médiation des intérêts à l'égard de l'entrepreneuriat.

Concernant la relation entre les intérêts entrepreneuriaux et l'intention d'entreprendre qui correspond à notre hypothèse 7, nos résultats qui indiquent une relation positive très significative s'alignent avec l'étude de Cunningham et al. (2005), qui a permis de valider le modèle de la TSCC en effectuant une étude empirique sur un groupe de 197 étudiants universitaires dans le domaine du sport et loisirs. En ce sens, plus une personne exprime de l'intérêt envers l'entrepreneuriat et plus son intention de démarrer une entreprise est forte. Cela corrobore le postulat théorique de la théorie sociocognitive de la carrière qui suggère que l'intention envers une carrière est déterminée par l'auto-efficacité, les attentes de résultats et l'intérêt envers cette carrière (Lent et al., 1994; Lent et al., 2005).

Les résultats de la huitième hypothèse (H8), qui stipule que l'autodétermination joue un rôle médiateur entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre, nous permettent de constater qu'il existe un rôle médiateur de l'autodétermination entrepreneuriale entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre, mais seulement pour la motivation intrinsèque et de manière partielle. En effet, nous avons constaté que la motivation intrinsèque demeurait significative une fois entrée l'auto-efficacité entrepreneuriale, alors que pour la motivation extrinsèque, elle devenait non-significative une fois qu'on entrait l'auto-efficacité entrepreneuriale. Cela veut dire que l'auto-efficacité entrepreneuriale influence les motivations intrinsèques mais qu'elle demeure en lien direct avec les intentions d'entreprendre, étant donné sa force

explicative très grande. Par contre, l'auto-efficacité entrepreneuriale rend non significatives les motivations extrinsèques, laissant présager un pouvoir explicatif tellement grand de l'auto-efficacité que la motivation extrinsèque n'explique plus rien. Ces résultats sont surprenants mais ne sont pas sans rappeler les limites de la mesure des motivations, que nous allons exposer en détails ci-après. Ces limites peuvent expliquer ces résultats, à notre avis.

Au niveau de la contribution managériale, ce mémoire permet d'éclairer des concepts peu connus à ce jour dans le choix de la carrière entrepreneuriale. Les pouvoirs publics incitent les gens à devenir des entrepreneurs, en particulier les étudiants universitaires, mais sans tenir compte de l'impact des différentes motivations que ces personnes peuvent avoir. Nous avons constaté que la motivation intrinsèque était la seule à même de susciter l'intention d'entreprendre, alors que les motivations extrinsèques étaient en lien avec les intérêts entrepreneuriaux. Il semble donc judicieux de mettre en place des processus d'internalisation de la motivation lors des cours en entrepreneuriat dans les universités afin de permettre aux étudiants d'aller au-delà des intérêts, mais de développer l'intention. N'ayant pas pu explorer les relations causales entre les variables, il est difficile de suggérer des pistes plus précises sur les moyens à mettre en place. Toutefois, sachant qu'il existe des liens entre l'auto-efficacité et les sources de motivation, il pourrait être avantageux de proposer des activités qui se rapprochent de situations entrepreneuriales réelles afin non seulement de permettre aux étudiants de jauger adéquatement leur auto-efficacité entrepreneuriale, mais également d'évaluer les enjeux d'une carrière entrepreneuriale. Du coup, ceux attirés par cette carrière pourraient davantage internaliser les motivations et développer l'intention d'entreprendre de manière plus marquée, ce qui est susceptible de les faire passer davantage à l'action.

5.1 Limites

Dans cette sous-section, nous allons présenter les limites que nous avons rencontrées lors de la réalisation de ce travail.

Avant de présenter la première limite associée à ce travail, nous soulignons que cette recherche est basée sur des données secondaires issues d'une enquête sur l'intention d'entreprendre menée par le professeur Étienne St-Jean de la Chaire de recherche UQTR sur la carrière entrepreneuriale. En conséquence, il ne nous était pas possible de faire un questionnaire qui utilise un outil plus adapté pour mesurer la motivation autodéterminée. Par contre, nous avons constaté que l'outil de mesure des attentes de résultats de Norris F. Jr. Krueger (2000), qui mesure la motivation des répondants, pouvait être utilisé afin de mesurer la motivation autodéterminée après avoir classifié les buts selon leur source mais de manière imparfaite. Les données issues de cette mesure ont permis l'opérationnalisation de l'autodétermination. En effet, malgré cette limite que nous avons constatée, des résultats intéressants justifient la contribution de cette recherche et proposant de nouvelles pistes de recherches, que nous allons aborder dans la sous-section prochaine.

Une deuxième limite que nous avons rencontrée est survenue lors de l'analyse des données. Cela concerne le choix de procéder par des tests de régressions alors qu'une analyse par équations structurelles par le logiciel LISREL (ou autre) aurait pu être préférable pour une meilleure analyse de notre cadre conceptuel. Malheureusement, ce genre d'analyse demandait un logiciel de statistique spécialisé et une formation pour pouvoir l'opérer, ce qui n'était pas possible pour ce mémoire. Cette limite nous a empêchés de tester le rôle médiateur de la variable intérêt entrepreneurial.

Il faut également souligner que malgré le fait que les données proviennent d'une enquête longitudinale, seule la collecte initiale a été utilisée pour ces analyses. Ce faisant, il ne nous est pas possible de démontrer l'effet des intérêts sur l'intention d'entreprendre

de manière causale, pas plus en ce qui concerne les différentes relations testées par le modèle de recherche retenu. Ainsi, tout au mieux, nos inférences causales reposent sur les différentes théories mobilisées, et du coup demeurent des hypothèses de travail (non formalisées puisque non testées), ne pouvant pas démontrer les causalités par le design de recherche retenu.

5.2 Avenues de recherches futures

Les résultats obtenus et les limites rencontrées lors de ce travail nous ont permis de distinguer quelques pistes de recherches futures.

Premièrement, il semble qu'une mesure de l'autodétermination plus adaptée va probablement conduire à des résultats intéressants. En effet, Blais et al. (1993) ont proposés un instrument nommé l'Inventaire de la motivation au travail de Blais (IMTB), qui permet de mesurer les types de motivation selon les définitions proposées par la TAD. Cet instrument se compose de 31 items permettant de mesurer les différents types de motivations présentées sous le prisme de la TAD. Notons que cet instrument est adapté à la mesure de la motivation au travail et non dans le cadre de création d'entreprise. Donc, une adaptation de cet outil est nécessaire afin de l'appliquer pour mesurer la motivation des étudiants universitaires à entreprendre et pourrait être une voie à suivre pour le futur, tout comme le développement ex nihilo d'une mesure appropriée. Nous soulignons également, qu'à notre connaissance, cet outil n'a pas fait l'objet d'application dans le domaine de l'entrepreneuriat et plus précisément pour mesurer l'intention d'entreprendre. En conséquence, une future recherche sur l'intention d'entreprendre sous le prisme de la TSCC et intégrant la motivation autodéterminée (mesurer par l'IMTB ou par une mesure authentique), comme variable prédictive de l'intention d'entreprendre, contribuerait à l'avancement de la connaissance sur le développement de l'intention d'entreprendre et le passage de l'intention à l'action et même la rétention à la carrière.

Deuxièmement, le lien non significatif entre la motivation extrinsèque et l'intention d'entreprendre attire l'attention d'une possibilité d'un rôle modérateur de l'autodétermination entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre. Donc, en utilisant l'outil de mesure de Blais et al. (1993) (ou un nouvel outil spécifique), il serait intéressant de vérifier le rôle modérateur de l'autodétermination entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre.

Troisièmement, une étude longitudinale sur l'intention d'entreprendre en utilisant l'instrument de mesure de Blais et al. (1993) (ou un nouvel outil spécifique) serait idéal pour vérifier les relations causales du modèle retenu.

Finalement, nous proposons aux futures recherches d'opter pour la méthode d'analyse par équations structurelles qui semble particulièrement prometteuse afin d'évaluer simultanément le modèle théorique et le modèle de mesure.

CONCLUSION

Cette recherche avait pour objectif d'étudier l'effet de la motivation sous la théorie de l'autodétermination de Deci et Ryan (1985) sur l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. De manière plus explicite cette étude tentait d'étudier le lien entre les deux types de motivation (intrinsèque et extrinsèque) et l'intention d'entreprendre. Pour ce faire, nous avons eu recours au cadre théorique de la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al (2002) et nous y avons remplacé la théorie des attentes par la théorie d'autodétermination qui classe la motivation selon l'autodétermination et l'intégration du *self* dans des niveaux distincts, pour construire notre cadre conceptuel. En outre, nous avons adapté ces modèles dans le contexte spécifique de l'étude, soit le choix de la carrière d'entrepreneur. Ainsi, notre cadre conceptuel s'appuie sur la TSCC et se compose de la théorie de motivation autodéterminée, et de l'auto-efficacité entrepreneuriale comme variables prédictives de la carrière entrepreneuriale.

Les résultats de l'analyse effectuée sur un échantillon de 828 étudiants universitaires au Québec montrent qu'il existe un lien positif très significatif entre la motivation intrinsèque et l'intention d'entreprendre chez cette population. En outre, l'étude révèle qu'il y a un lien non significatif entre la motivation extrinsèque et l'intention d'entreprendre chez les étudiants universitaires. En revanche, la motivation extrinsèque exerce une influence positive très significative sur les intérêts entrepreneuriaux, qui influencent à leur tour l'intention d'entreprendre.

Cette recherche contribue à l'avancement des connaissances à travers plusieurs aspects. Premièrement, notre recherche semble la première à avoir intégré la théorie de la motivation autodéterminée dans la TSCC dans le but d'expliquer l'intention d'entreprendre et le choix de carrière entrepreneuriale. Les résultats sont encourageants et invitent à poursuivre les travaux dans ce sens.

Deuxièmement, les résultats de cette étude ont permis de vérifier le lien positif direct entre un niveau élevé d'autodétermination et l'intention d'entreprendre et d'explorer l'existence d'un lien indirect (médiation) entre l'autodétermination et l'intention d'entreprendre par l'entremise des intérêts entrepreneuriaux. Cette relation s'est confirmée seulement pour la motivation intrinsèque.

Finalement, notre recherche se classe parmi d'autres recherches sur l'intention d'entreprendre mais elle se distingue par l'attention qu'elle porte sur l'influence du niveau d'autodétermination et de l'intégration du *self* issue de la satisfaction des besoins psychologiques, sur l'intention d'entreprendre. Ainsi, notre étude aide à une meilleure compréhension de la motivation qui se cache derrière l'intention d'entreprendre.

Malgré quelques limites, notamment au niveau de la mesure de l'autodétermination, nos résultats encourageants invitent les chercheurs à développer des mesures spécifiques au contexte et à poursuivre les travaux sous le prisme de la théorie sociocognitive de la carrière et de la TAD afin de comprendre le choix de la carrière entrepreneuriale.

RÉFÉRENCES

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in experimental social psychology*, 20(1), p.1-63.
- Ajzen, I. (1988). Attitudes and personality traits. *Attitudes, personality and behavior*. Ajzen, I. p. 1-24.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processe*. 50(2), p. 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 4(1), p. 28-50.
- Alivernini, F., et Lucidi, F. (2011). Relationship between social context, self-efficacy, motivation, academic achievement, and intention to drop out of high school: A longitudinal study. *The Journal of Educational Research*, 104(4), p. 241-252.
- Amabile, T. M., DeJong, W., et Lepper, M. R. (1976). Effects of externally imposed deadlines on subsequent intrinsic motivation. *Journal of personality and social psychology*, 34(1), p. 92-98.
- Audretsch, D. (2006). L'émergence de l'économie entrepreneuriale. *Reflets & perspectives de la vie économique*. De Boeck Supérieur. (1), p. 43-70.
- Bagozzi, R. P., Baumgartner, H., et Yi, Y. (1992). State versus action orientation and the theory of reasoned action: an application to coupon usage. *Journal of Consumer Research*, p. 505-518.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), p. 191-215.
- Bandura, A. (1994). *Self-efficacy*: Wiley Online Library.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A. (2000). Exercise of human agency through collective efficacy. *Current directions in psychological science*, 9(3), p. 75-78.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual review of psychology*, 52(1), p. 1-26.

- Bandura, A. (2003). *Auto-efficacité: le sentiment d'efficacité personnelle*. Paris: De Boeck Supérieur.
- Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, 38(1), p. 9-44.
- Bandura, A., et Schunk, D. H. (1981). Cultivating competence, self-efficacy, and intrinsic interest through proximal self-motivation. *Journal of personality and social psychology*, 41(3), p. 586-598.
- Bandura, A., et Wood, R. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making. *Journal of personality and social psychology*, 56(5), p. 805-814.
- Barak, A. (1981). Vocational interests: A cognitive view. *Journal of vocational behavior*, 19(1), p. 1-14.
- 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 et Organizational Studies*, 13(4), p. 86-104.
- BarNir, A., Watson, W. E., et Hutchins, H. M. (2011). Mediation and Moderated Mediation in the Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), p. 270-297.
- Bayrón, C. E. (2013). Social Cognitive Theory, Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions: Tools to Maximize the Effectiveness of Formal Entrepreneurship Education and Address the Decline in Entrepreneurial Activity. *Griot*, 6(1), p. 66-77.
- Betz, N. E., 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(5), p. 399.
- Blais, M. R., Brière, N. M., Lachance, L., Riddle, A., et Vallerand, R. (1993). L'inventaire des motivations au travail de Blais. *Revue québécoise de psychologie*, 14(3), p. 185-215.
- 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, p. 63-77.

- Carr, J. C., et Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), p. 1090-1098.
- Carsrud, A., et Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), p. 9-26.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Totowa, New Jersey: Rowman et Littlefield.
- Castells, M. (2014). *Technopoles of the world: The making of 21st century industrial complexes*. Oxon: Routledge.
- Chen, C. C., Greene, P. G., et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.
- Chen, G., Gully, S. M., et Eden, D. (2004). General self-efficacy and self-esteem: Toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations. *Journal of Organizational behavior*, 25(3), p. 375-395.
- Chen, Y., et He, Y. (2011). The impact of strong ties on entrepreneurial intention: an empirical study based on the mediating role of self-efficacy. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3(2), p. 147-158.
- Cossette, J., Mélançon, S., et Desbiens, C. (2010). *Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec: un regard sur 2013 et 2018: Développement économique, innovation, exportation*, Direction générale des communications et des services à la clientèle.
- Cox, L., Mueller, S., et Moss, S. (2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2), p. 229-245.
- Cunningham, G. B., Bruening, J., Sartore, M. L., Sagas, M., et Fink, J. S. (2005). The application of social cognitive career theory to sport and leisure career choices. *Journal of Career Development*, 32(2), p. 122-138.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of business venturing*, 6(6), p. 405-429.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1), p. 41-62.

- Deci, E. L. (1971). Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of personality and social psychology*, 18(1), p. 105-115.
- Deci, E. L. (1975). Intrinsic motivation. *New York: Plenum.*
- Deci, E. L., et Ryan, R. (2002). Overview of self-determination theory: An organismic dialectical perspective. Dans Edward L. et Richar, M. (Éd), *Handbook of self-determination research..* Rochester, University of Rochester. p. 3-33.
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. *New York: Plenum.*
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (2000). The " what" and " why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), p. 227-268.
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (2008a). Facilitating optimal motivation and psychological well-being across life's domains. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(1), p. 14.
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (2008b). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(3), p. 182.
- Deci, E. L., et Ryan, R. M. (2010). *Self-Determination*: Wiley Online Library.
- Deci, E. L., Ryan, R. M., Gagné, M., Leone, D. R., Usunov, J., et Kornazheva, B. P. (2001). Need satisfaction, motivation, and well-being in the work organizations of a former eastern bloc country: A cross-cultural study of self-determination. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(8), p. 930-942.
- Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, 47(6), p. 1123-1153.
- 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), p. 174-196.
- Elliot, A. J., et Dweck, C. S. (2005). Competence and motivation. Dans Elliot, A. J., et Dweck, C. S. Guilford (Éd), *Handbook of competence and motivation..* p. 3-12.
- Fisher, C. D. (1978). The effects of personal control, competence, and extrinsic reward systems on intrinsic motivation. *Organizational Behavior and Human Performance*, 21(3), p. 273-288.

- Forbes, D. P. (2005). The Effects of Strategic Decision Making on Entrepreneurial Self-Efficacy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), p. 599-626.
- Gagné, M., et Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational behavior*, 26(4), p. 331-362.
- Gillison, F., Osborn, M., Standage, M., et Skevington, S. (2009). Exploring the experience of introjected regulation for exercise across gender in adolescence. *Psychology of sport and exercise*, 10(3), p. 309-319.
- Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of Management review*, 12(3), p. 472-485.
- Gist, M. E., et Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management review*, 17(2), p. 183-211.
- Grolnick, W. S., et Ryan, R. M. (1989). Parent styles associated with children's self-regulation and competence in school. *Journal of educational psychology*, 81(2), p. 143-154.
- Guay, F., Senécal, C., Gauthier, L., et Fernet, C. (2003). Predicting career indecision: A self-determination theory perspective. *Journal of Counseling Psychology*, 50(2), p. 165-177.
- Guerrero, M., Rialp, J., et Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), p. 35-50.
- Herron, L., et Sapienza, H. J. (1992). The entrepreneur and the initiation of new venture launch activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17, p. 49-49.
- Joussemet, M., Koestner, R., Lekes, N., et Houliort, N. (2004). Introducing uninteresting tasks to children: A comparison of the effects of rewards and autonomy support. *Journal of personality*, 72(1), p. 139-166.
- Julien, P. (2005). Les PME: Bilan et perspectives, 3ème édition (Presses Inter Universitaires).
- Kasser, T., et Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. Inc. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), p. 280-287.

- Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., et Barbosa, S. D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), p. 321-335.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Working paper series-henley management college hwp*.
- Kolvereid, L., et Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of business venturing*, 21(6), p. 866-885.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., et Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), p. 411-432.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), p. 5-21.
- Krueger, N. F., et Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, p. 91-91.
- Krueger, N. F., et Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), p. 315-330.
- Lecomte, J. (2004). Les applications du sentiment d'efficacité personnelle. *Savoirs*(5), p. 59-90.
- Lent, R. W., et Brown, S. D. (2006). On conceptualizing and assessing social cognitive constructs in career research: A measurement guide. *Journal of Career Assessment*, 14(1), p. 12-35.
- 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(1), p. 79-122.
- Lent, R. W., S. D. Brown et G. Hackett (2002). « Social cognitive career theory », dans D. Brown (dir.) *Career choice and development*, 4th éd., San-Francisco, USA, Jossey-Bass, p. 255-311.
- Lent, R. W., Brown, S. D., Sheu, H.-B., Schmidt, J., Brenner, B. R., et al. (2005). Social Cognitive Predictors of Academic Interests and Goals in Engineering: Utility for Women and Students at Historically Black Universities. *Journal of Counseling Psychology*, vol. 52, no. 1, p. 84-92.

- Li, J., Wu, S., et Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), p. 752-774.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), p. 257-272.
- Liñán, F., et Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), p. 593-617.
- Liñán, F., Urbano, D., et Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), p. 187-215.
- Markman, G. D., Balkin, D. B., et Baron, R. A. (2002). Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), p. 149-165.
- Marx, V. (2010). *Théorie de l'autodétermination en psychologie de la motivation: théorie véritablement innovatrice et totalement inédite* (Thèse de doctorat inédite). Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Canada.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., et Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), p. 965-988.
- Menzies, T. V., Diochon, M., Gasse, Y., & 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), p. 441-453.
- Naktiyok, A., Karabey, C. N., et Gulluce, A. C. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), p. 419-435.
- Philippe, F. L., et Vallerand, R. J. (2008). Actual environments do affect motivation and psychological adjustment: A test of self-determination theory in a natural setting. *Motivation and Emotion*, 32(2), p. 81-89.

- Pihie, L., et Akmaliah, Z. (2009). Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of university students. *European Journal of Social Sciences*, 9(2), p. 338-349.
- Pihie, Z. A. L., et Bagheri, A. (2013). Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), p. 385-401.
- Reitan, B. (1997). *Where do we learn that entrepreneurship is feasible, desirable and/or profitable*. Communication présentée ICSB World Conference.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., et Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), p. 13-31.
- Ryan, R. M. (1982). Control and information in the intrapersonal sphere: An extension of cognitive evaluation theory. *Journal of personality and social psychology*, 43(3), p. 450-461.
- Ryan, R. M., et Deci, E. L. (2000a). The darker and brighter sides of human existence: Basic psychological needs as a unifying concept. *Psychological Inquiry*, 11(4), p. 319-338.
- Ryan, R. M., et Deci, E. L. (2000b). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), p. 54-67.
- Ryan, R. M., et Deci, E. L. (2000c). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 2000, vol. 55. no. 1, p. 68-78.
- Ryan, R. M., et Deci, E. L. (2003). On assimilating identities to the self: A self-determination theory perspective on internalization and integrity within cultures. Dans Leary, M. et Tangney, J (Éd), *Handbook of self and identity* New York: The Guilford Press, p. 253-272 .
- Ryan, R. M., et Deci, E. L. (2006). Self-Regulation and the Problem of Human Autonomy: Does Psychology Need Choice, Self-Determination, and Will? *Journal of personality*, 74(6), p. 1557-1586.
- Shane, S., et Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management review*, 25(1), p. 217-226.
- pero, A. et L. Sokol (1982). « The social dimensions of entrepreneurship », dans C. Kent, D. Sexton et K. V. Vesper (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, p. 72-90.

- Sheldon, K. M., Turban, -D. B., Brown, K. G., Barrick, M. R., et Judge, T. A. (2003). Applying self-determination theory to organizational research. *Research in personnel and human resources management*, vol. 22, p. 357-393.
- Shook, C. L., et Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), p. 231-247.
- Shook, C. L., Priem, R. L., et McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), p. 379-399.
- St-Jean. (2008). La formation destinée à l'entrepreneur novice: exploration des possibilités offertes par le mentorat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 7(1), p. 1-22.
- St-Jean, et Duhamel, M. (2014). Situation de l'activité entrepreneuriale québécoise 2014. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- St-Jean, E. et Tremblay, M. (2013). L'effet du style cognitif créatif sur le développement de l'intention d'entreprendre : quelques constats auprès d'étudiants universitaires. Dans 8e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME. Fribourg, 25-26 octobre.
- St-Jean, E., Tremblay, M. et Jacquemin, A. (2013). L'intention d'entreprendre sous le prisme de la théorie sociocognitive de la carrière : une comparaison hommelfemme auprès d'étudiants universitaires. Dans 8e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME. Fribourg, 25-26 octobre.
- St-Jean, É., Audet, J., & Boucher, N. (2007). L'apprentissage de l'entrepreneur réalisé dans le cadre d'une relation de mentorat: Exploration des possibilités. *24e Congrès annuel du CCPME/CCSBE, Kelowna, CB, 1e au, 2007*, vol. 3.
- St-Jean, E. et J. Audet (2012). "The role of mentoring in the learning development of the novice entrepreneur." *International Entrepreneurship and Management Journal* 8(1): p. 119-140.
- St-Jean, É., 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), p. 95-114.
- Thill, E., et Vallerand, R. J. (1993). *Introduction à la psychologie de la motivation*: [Laval, Québec]: Éditions Études vivantes.

- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), p. 669-694.
- Vallerand, R. J. (1997). Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. Dans Zanna, M. P. (Éd), *Advances in experimental social psychology*. San Diego vol. 29, p. 271-360.
- Van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., et De Witte, H. (2008). Self-determination theory: A theoretical and empirical overview in occupational health psychology. 2008.
- Vansteenkiste, M., Lens, W., De Witte, S., De Witte, H., et Deci, E. L. (2004). The 'why' and 'why not' of job search behaviour: their relation to searching, unemployment experience, and well-being. *European Journal of Social Psychology*, 34(3), p. 345-363.
- Vianin, P. (2006). *La motivation scolaire: comment susciter le désir d'apprendre?* : De Boeck Supérieur, 2006.
- Vroom, V. H. (1964), *Work and motivation*, New-York, Wiley, 331 p.
- Williams, G. C., Saizow, R., Ross, L., et Deci, E. L. (1997). Motivation underlying career choice for internal medicine and surgery. *Social science et medicine*, 45(11), p. 1705-1713.
- 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), p. 1265-1272.
- Zuckerman, M., Porac, J., Lathin, D., et Deci, E. L. (1978). On the importance of self-determination for intrinsically-motivated behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4(3), p. 443-446.

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE EN LIGNE

Questionnaire sur le développement de la carrière entrepreneuriale
(UQTR)

Page 1

Consentement

1. J'ai lu et bien compris les conditions et implications de cette recherche et j'accepte d'y participer de manière volontaire en sachant que je peux y mettre fin sans avoir à me justifier (OUI/NON)

Avant de débiter le questionnaire, nous vous rappelons qu'il s'agit de la première partie d'une enquête longitudinale. À cet effet et seulement si vous le souhaitez, vous aurez l'occasion de participer à nouveau dans le futur. Ce suivi nous permettra de comprendre l'évolution des choix de carrière des étudiants universitaires, en particulier l'intention de devenir un entrepreneur.

Afin de pouvoir faire un tel suivi avec vous dans environ un an, nous avons besoin d'une adresse de courriel que vous utilisez fréquemment et ce, afin de pouvoir vous envoyer l'invitation à participer à un court suivi pour cette enquête. En fournissant vos

coordonnées, cela ne vous oblige aucunement à participer à cette relance. Par ailleurs, si vous souhaitez obtenir un résumé des résultats de cette recherche, celui-ci vous sera envoyé par courriel à cette adresse. Également, sachez que vos coordonnées ne seront pas utilisées à d'autres fins que la correspondance et que la confidentialité de vos réponses sera strictement observée.

2. Prénom : _____

3. Nom : _____

4. Vous êtes :

a. Un homme

b. Une femme

5. Adresse de courriel utilisée la plus fréquemment : _____

6. Souhaitez-vous recevoir une invitation pour un suivi à cette enquête ? (OUI/NON)

Page 2

Dans cette section, nous vous demanderons de répondre à des questions qui concernent vos projets entrepreneuriaux passés, présents et futurs.

7. Par le passé, avez-vous possédé une entreprise qui n'est plus actuellement en opération ? (Oui/Non).

Si oui, répondre aux questions suivantes; sinon passez à la page 4

Page 3

8. Avez-vous déjà possédé une entreprise qui a échoué, où « l'échec » implique d'être contraint de cesser ses activités en tant qu'organisation à cause du manque de

ressources et / ou de détresse financière ? (Cela exclut, vendre son entreprise, la fusionner ou l'arrêter parce qu'il existe de meilleures alternatives) (OUI/NON)

9. Jusqu'à aujourd'hui, combien d'entreprises avez-vous possédées (au total) ?
10. Combien possédez-vous d'années d'expérience en affaires comme entrepreneur (seul ou en équipe), incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ?

Page 4

11. Possédez-vous, seul ou en équipe, une entreprise actuellement en opération, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ? (Oui/Non)
12. Êtes-vous actuellement, seul ou en équipe, en processus de démarrage d'entreprise, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ? (Oui/Non)

Page 5

13. Nous aimerions maintenant connaître vos aspirations à devenir entrepreneur. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :
 - a. Je pense souvent à devenir un entrepreneur
 - b. J'aimerais me voir en tant qu'entrepreneur
 - c. Devenir un entrepreneur serait une part importante de qui je suis
 - d. Quand j'y pense, le terme « entrepreneur » m'irait plutôt bien
 - e. C'est important pour moi d'exprimer mes aspirations entrepreneuriales.

14. Dans quelle mesure est-ce que ces affirmations s'appliquent à votre situation :
(échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord)
- a. Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise
 - b. J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise
 - c. Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise
 - d. Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise
 - e. Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise

Page 6

15. Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur ?
(échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

16. Avez-vous l'intention d'acheter une nouvelle entreprise dans le futur ?
(échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)
Si 2 ou plus à la question 3 ou 4, répondre aux questions suivantes; sinon passez à la page 10.

Page 7

17. Nous aimerions maintenant connaître la clarté et l'intensité des buts entrepreneuriaux que vous souhaitez poursuivre. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :
- a. Je sais que je veux posséder ma propre entreprise.
 - b. J'ai un ensemble clair de buts pour mon avenir en tant qu'entrepreneur.
 - c. Je crois que mon objectif de posséder ma propre entreprise est réaliste.

- d. Je crois que je vais être en mesure d'atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.
- e. Mes idées sont claires quant aux mesures immédiates que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.
- f. 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.
- g. 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.
- h. Je prends les mesures nécessaires pour atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.

18. Envisagez-vous démarrer/acheter cette nouvelle entreprise :

- a. Dans votre ville natale
- b. Dans votre ville universitaire
- c. Ailleurs
- d. Ne sais pas

19. Envisagez-vous démarrer/acheter cette nouvelle entreprise :

- a. Seul
- b. Avec des partenaires
- c. Ne sais pas

(si « b » sélectionné, répondre à la page suivante; sinon allez à la page 9).

20. Est-ce que ces partenaires seraient :

- a. Des membres de la famille

- b. Des amis de votre région d'origine
- c. Des amis d'école
- d. Autre (précisez) _____

21. En ce moment, combien de partenaires participent activement au projet de création d'entreprise ? (Choix de 0 à 10+)

Page 9

21. Considérez-vous:

- a. Commencer à travailler à temps plein dans l'entreprise (c.-à-d., ne pas avoir d'autre emploi en plus de l'entreprise)
- b. Commencer à travailler à temps partiel dans l'entreprise (c.-à-d., avoir un autre emploi en plus de l'entreprise)
- c. Ne sais pas

22. Dans combien de mois prévoyez-vous opérer l'entreprise (ou l'acheter) ? (Incertain, 1 à 3 mois, 4-6 mois, etc. jusqu'à +24 mois).

23. Dans quelle mesure comptez-vous réaliser les résultats suivants en étant propriétaire d'une entreprise? (échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

- a. Récompenses financières (richesse personnelle, augmentation du revenu personnel, etc.)
- b. Indépendance/Autonomie (liberté personnelle, être son propre patron, etc.)
- c. Récompenses personnelles (reconnaissance publique, croissance personnelle, prouver que j'en suis capable, etc.)
- d. Sécurité familiale (pour sécuriser le futur des membres de ma famille, pour construire une entreprise transférable, etc.)

- e. Amélioration sociale (société plus juste et équitable, autonomie des personnes et dignité, réduction de la souffrance, etc.)
- f. Autre _____

25. Lequel de ces résultats attendus d'être en affaires est le plus important pour vous (Un seul choix possible) ?

- a. Récompenses financières (richesse personnelle, augmentation du revenu personnel, etc.)
- b. Indépendance/Autonomie (liberté personnelle, être son propre patron, etc.)
- c. Récompenses personnelles (reconnaissance publique, croissance personnelle, prouver que j'en suis capable, etc.)
- d. Sécurité familiale (pour sécuriser le futur des membres de ma famille, pour construire une entreprise transférable, etc.)
- e. Amélioration sociale (société plus juste et équitable, autonomie des personnes et dignité, réduction de la souffrance, etc.)
- f. Autre _____

Page 10

26. Quel est votre niveau de confiance en votre habileté à (de 0 à 100, tranche de 10%) :
- a. Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même
 - b. Faire un brainstorm avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service
 - c. Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service
 - d. Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients
 - e. Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service
 - f. Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service
 - g. Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise

- h. Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service
- i. Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise
- j. Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres)
- k. Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours
- l. Superviser des employés
- m. Recruter et embaucher des employés
- n. Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise
- o. Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours
- p. Inspirer, encourager et motiver mes employés
- q. Former mes employés
- r. Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise
- s. Gérer les actifs financiers de mon entreprise
- t. Lire et interpréter les états financiers.

Page 11

27. Une opportunité d'affaire peut se définir comme étant une situation dans laquelle des nouveaux produits, services, matières premières ou méthode de production peuvent être introduits avec succès et que l'on pense vendre plus chers que leur coût de production. Autrement dit, c'est la jonction entre les besoins existants ou futurs de clients et les ressources disponibles pour y répondre, le tout au bon moment et d'une manière perçue comme économiquement rentable.

Dans les cinq (5) dernières années, combien avez-vous identifiés d'opportunités d'affaires ? _____ (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)

28. Pour combien de ces opportunités avez-vous investis des efforts visant à les exploiter dans le futur ? _____ (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)

29. Dans quelle mesure possédez-vous des intérêts à l'égard des activités suivantes : (1 à 5) : (échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

- a. Identifier des nouveaux produits/services pour répondre à un besoin
- b. Planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits/services
- c. Expliquer et convaincre les autres de sa vision ou de son projet d'affaires
- d. Recruter, former, gérer et diriger des employés
- e. Gérer, organiser et interpréter des états financiers

30. Indiquez les opinions des personnes suivantes à propos de votre choix pour la carrière d'entrepreneur (être à son propre compte) pour vous. Veuillez indiquer « Non applicable » si vous n'avez pas une relation particulière (p.ex. époux/partenaire de vie) (échelle : 1= Extrêmement négative, 2= Négative, 3= Légèrement négative, 4= Neutre (ni négative, ni positive), 5= Légèrement positive, 6= Positive, 7= Extrêmement positive, et 0= Ne s'applique pas/Ne sait pas)

- a. Mes parents
- b. Mon époux/Partenaire de vie
- c. Mes frères et soeurs
- d. Ma famille
- e. Mes amis proches
- f. En général, mes connaissances

31. Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi : (échelle : 1= Pas du tout important, 2= Peu important, 3= À peine important, 4= Neutre, 5= Modérément important, 6= Très important, 7= Extrêmement important et 0= Non applicable/Ne sait pas)

- a. Mes parents

- b. Mon époux/Partenaire de vie
- c. Mes frères et soeurs
- d. Ma famille
- e. Mes amis proches
- f. En général, mes connaissances

32. Un mentor se définit comme « une personne de rang élevé, expérimentée ou avec de l'expertise qui enseigne, conseille, inspire, guide et aide une autre personne à se développer personnellement et professionnellement ».

- a. Combien de personnes dans votre vie peuvent être considérées comme des « mentor » ? (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)
- b. De ces gens, combien d'entre-eux possèdent une entreprise ? (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)
- c. En excluant les membres de votre famille immédiate (parents, grands-parents, frères/soeurs), combien de personnes dans votre vie peuvent être considérées comme des « mentors » ? (0, 1, 2... jusqu'à 10 et +)

33. Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ? (OUI/NON)

34. Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ? (OUI/NON)

35. Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ? (OUI/NON)

36. Pour chaque item, indiquez le degré d'accord qui correspond le mieux à votre sentiment : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord)

- a. Dans les périodes incertaines, je pense généralement que ce qui va arriver est le mieux pour moi
- b. Si quelque chose peut tourner mal pour moi, ça tournera mal
- c. Je suis toujours optimiste à propos de mon futur
- d. Je ne m'attends presque jamais à ce que les choses aillent dans le sens que je désire
- e. Je compte rarement sur les bonnes choses qui pourraient m'arriver
- f. D'une façon générale, je m'attends à ce que les meilleures choses m'arrivent plutôt que les mauvaises

37. Veuillez lire chacune des affirmations suivantes et indiquer votre niveau d'accord avec l'énoncé : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Je me fixe souvent un but, mais choisis plus tard d'en poursuivre un différent.
- b. J'ai déjà été obsédé par une certaine idée ou un projet pour un court moment, mais perdu l'intérêt par la suite
- c. J'ai de la difficulté à maintenir le « focus » sur un projet qui prend plus que quelques mois à compléter
- d. Les nouvelles idées et projets me distraient parfois de ceux précédents
- e. Je finis quoi que ce soit que je commence
- f. Les échecs ne me découragent pas
- g. Je suis diligent/appliqué
- h. Je suis un travailleur acharné

38. Veuillez lire chacune des affirmations suivantes et indiquer votre niveau d'accord avec l'énoncé : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Je peux toujours résoudre des problèmes difficiles si j'essaie assez fort.
- b. Si quelqu'un s'oppose à moi, je peux trouver les moyens et les façons d'avoir ce que je veux.
- c. C'est facile pour moi de rester fixé à mes objectifs et de les atteindre.
- d. Je suis confiant que je pourrais gérer efficacement des événements imprévus.
- e. Grâce à mes ressources, je sais comment gérer des situations imprévues.
- f. Je peux régler la plupart des problèmes si j'y investis l'effort nécessaire.
- g. Je peux demeurer calme lorsque je suis face à des difficultés parce que je peux me fier à mes capacités d'adaptation.
- h. Lorsque je suis confronté à un problème, je peux habituellement trouver plusieurs solutions.
- i. Si j'ai un problème, je peux habituellement penser à une solution.
- j. Je peux habituellement gérer toutes les situations qui se présentent.

Page 15

Dans cette dernière section, nous souhaitons connaître votre profil sociodémographique.

39. Quel est votre âge ?

40. Quel est votre statut matrimonial?

- a. Avec partenaire (marié, conjoint, de facto)
- b. Sans partenaire (célibataire, divorcé, veuf)

41. Combien d'enfants avez-vous à votre charge ? (0, 1, 2... 6 et +)

42. Lors de la dernière année fiscale, quel est votre revenu brut approximatif ?
- a. En bas de 15,000 \$
 - b. 15,001 - 25,000 \$
 - c. 25,001 \$ - 50,000 \$
 - d. 50,001 \$ - 75,000 \$
 - e. 75,001 \$ - 100,000 \$
 - f. 100,001 \$ - 250,000 \$
 - g. 250,001 \$ ou plus
43. Pendant combien de mois pouvez-vous vivre sur vos réserves financières sans aucune autre source de revenus ? (0 à 3, 4 à 6, ... jusqu'à plus de 24 mois).
44. Selon vous, obtenir des capitaux (ex. : de la banque, de fonds spécialisés ou autres) pour soutenir le démarrage ou le développement d'une entreprise serait : (1-Très difficile, 2-Assez difficile, 3-Un peu difficile, 4-Ni facile, ni difficile, 5-Un peu facile, 6-Assez facile et 7-Très facile)
45. Combien d'années d'expérience de travail à temps plein avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
46. De ce nombre, combien d'années d'expérience de travail comme superviseur/gestionnaire à temps plein avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
47. Combien d'années d'expérience de travail à temps partiel avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
48. Dans quel pays êtes-vous né ? (Canada, États-Unis, Mexique, Colombie, Brésil, France, Belgique, Suisse, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun, Madagascar, Italie, Chine, Vietnam, Allemagne, Royaume-Uni, Japon, AUTRE____)

49. De quel pays avez-vous la nationalité ? (Canada, États-Unis, Mexique, Colombie, Brésil, Angleterre, France, Belgique, Suisse, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun, Madagascar, Italie, Chine, Vietnam, Allemagne, Royaume-Uni, Japon, AUTRE____)

50. À quelle origine ethnique appartenez-vous ? (Blanc, Noir, Autochtones, Arabe, Latino-Américain, Chinois, Sud-Asiatique (Inde, Sri-Lanka, etc), Asie du Sud-Est (Vietnam, Cambodge, etc.), Coréen, Philippin, AUTRE_____)

51. Depuis combien de générations votre famille vit-elle dans le pays dont vous avez la nationalité ? (Si la réponse est différente entre le côté maternel et le côté paternel, choisissez le plus petit des deux nombres)

- a. Zéro. J'ai immigré ici.
- b. Une. Mes parents ont immigré ici et ensuite je suis né ici.
- c. Deux. Mes grands-parents ont immigré ici, et ensuite mes parents sont nés ici.
- d. Trois ou plus.

52. En termes de richesse financière par rapport aux autres personnes résidant dans votre pays, considérez-vous votre famille : a. En dessous du seuil de pauvreté b. Dans la moyenne (classe moyenne) c. Au-dessus de la moyenne (la classe supérieure)

53. Dans votre jeunesse, vous avez été élevé principalement :

- a. Dans une grande ville (+ 1 million)
- b. Dans une ville moyenne (entre 50 000 et 1 million)
- c. Dans une petite ville (entre 15 000 et 50 000)
- d. Dans un village/milieu rural (moins 15 000)
- e. Déménagé souvent (différents milieux)

54. À quel niveau d'étude êtes-vous inscrit actuellement? (échelle : premier cycle, deuxième cycle, troisième cycle)

55. Quel est votre domaine d'étude? (Échelle : Arts, lettre et langues, Éducation, Psychologie, Science de la gestion, Sciences humaines et sociales, Sciences pures et génie, Sciences de la santé).

56. Quel est votre spécialisation? (échelle Comptabilité, Entrepreneuriat, Finance, Générale, Logistique, Management, Marketing, Ressources humaines).

57. Quels cours parmi les suivants avez-vous suivi ? (excluant la session en cours)

UQTR :

ADM1082

GAE1002

GAE1003

GAE1037

GAE1038

GAE1039

GAE1042

UQO :

MNG1383

MNG1373

DEV6053

UQAT :

SCH6004

ADM36002

MGO709

2MGO710

UQAR :

ADM24704

ADM31504

ADM39904

ADM23083

ADM23599

ADM24599

ADM40004

MBA8472

MBA8S92

MBA8S93

DEV71285

DSC65797

Sherbrooke :

INS-105

INS-124

INS-134

INS-144

INS-154

INS-181

INS-236

INS-442

INS-503

INS-552

INS-710

INS-741

INS-750

INS-754

INS-803

Laval :

ENT-1000

MNG-2112

MNG-2113

MNG-2114

MNG-1100

MNG-1101

MNG-2108

MNG-63355

MNG-63449

MNG-64971

Téluq :

ADM 2014

ADM 2114

ADM 9001

ADM 9002

HEC :

ADM1082

GAE1002

GAE1003

GAE1037

GAE1038

GAE1039

GAE1042

ETS :

GPO605

ENT810

ENT820

ENT830

Polytechnique :

IND8137

IND4711

Advancia ????

58. En moyenne, vos résultats universitaires jusqu'à maintenant sont :

- a. Excellents (A- à A+)
- b. Très bien (B- à B+)
- c. Bien (C- à C+)
- d. Faibles (D+ ou moins)

59. De manière spécifique, vos résultats universitaires moyens dans vos cours en entrepreneuriat sont :

- a. Excellents (A- à A+)
- b. Très bien (B- à B+)
- c. Bien (C- à C+)
- d. Faibles (D+ ou moins)
- e. Non applicable (pas de cours en entrepreneuriat)

60. Avez-vous suivi d'autres cours/formation en entrepreneuriat autres que ceux dispensés à cette université (OUI/NON) ?

61. Dans combien d'années prévoyez-vous obtenir votre diplôme ? (1 an, 2, ... 5 et plus)

62. Quel est votre statut d'étudiant actuel?

- a. Temps plein
- b. Temps partiel

63. Quel est votre statut d'emploi actuel?

- a. Temps plein
- b. Temps partiel
- c. Non employé
- d. Travailleur autonome

64. Souhaitez-vous recevoir un résumé des résultats de cette recherche par courriel ? (OUI/NON)

65. Souhaitez-vous participer au tirage des 20 certificats-cadeaux de 25\$ dans une librairie universitaire ? (OUI/NON)

66. Pour terminer, selon vous, quel est l'effet d'avoir participé à cette recherche sur votre intention de devenir un entrepreneur dans le futur ?

- a. Neutre
- b. Positif (davantage l'intention après avoir participé)
- c. Négatif (moins l'intention après avoir participé)

Nous vous remercions d'avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire. Veuillez prendre note que le résumé sera produit dans plusieurs mois et vous parviendra par la suite.