

L'INTENTION ENTREPRENEURIALE UNE EVALUATION EN MILIEU UNIVERSITAIRE

Mohammed BENATA

Université Mustapha Stamboli Mascara

Faculté des sciences économiques sciences commerciales et sciences de gestion

mebenata@gmail.com

Résumé :

L'entrepreneuriat est un facteur névralgique dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. Cet intérêt est sans conteste, dû à la place de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage et la promotion de l'innovation. En conséquence de quoi, étudier les intentions entrepreneuriales nous donne une idée des comportements aboutissant à la création d'entreprise.

L'université est aujourd'hui interpellée pour devenir un acteur clé du développement en produisant un savoir utile et faire émerger un esprit entrepreneurial. L'esprit d'entreprise se réfère à l'aptitude d'un individu de passer des idées aux actes et il constitue donc une compétence clé pour tous puisqu'il aide les jeunes à être plus créatifs et à avoir davantage confiance en eux dans tout ce qu'ils entreprennent.

À la lumière de ces faits, nous avons voulu mieux connaître les perceptions et les intentions d'une population d'étudiants universitaires à l'égard de la carrière entrepreneuriale.

Pour répondre à ces interrogations, une enquête est réalisée au près de l'université de Mascara durant la fin de l'année 2014 pour un échantillon de 220 étudiants.

Mots clés : intention entrepreneuriale, entrepreneuriat, perceptions, motivation, maison d'entrepreneuriat.

Introduction :

Malgré l'augmentation du nombre de créations d'entreprises que connaît l'Algérie depuis une décennie, il apparaît dans les études de l'Agence Nationale de soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ), que la contribution des étudiants et/ou jeunes diplômés des grandes écoles et universités reste modeste. Développer l'esprit entrepreneurial chez les étudiants s'impose donc comme une nécessité, et même un défi pour l'Algérie. Ces dernières années, la recherche et l'offre de formation en entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur ont progressé. Ces efforts et ceux des structures d'accompagnement ont permis d'améliorer la viabilité des nouvelles entreprises, réduisant ainsi la perspective de l'échec. On sait que plus 80% des entreprises ayant été accompagnées existent encore cinq ans après leur création. L'idée d'encourager les universités, les grandes écoles, les incubateurs et les réseaux d'entrepreneurs à se coordonner et à développer des outils communs pour toucher davantage d'étudiants, participe au développement de l'esprit d'entreprise et mérite d'être soutenue.

Ces éléments nous amènent à nous interroger à savoir jusqu'à quel point l'orientation entrepreneuriale s'insère dans les perspectives de carrière des étudiants universitaires. Ce questionnement est important parce que d'une part, les jeunes qui créent ou envisagent de créer leur entreprise rencontreraient en général plus de difficultés que les adultes, et d'autre part, leur expérience professionnelle est plus limitée. Souvent les compétences de base sont encore minces.

Les institutions universitaires sont concernées par ces bouleversements qui touchent les modalités d'organisation du travail et par les difficultés potentielles inhérentes à l'entrepreneuriat chez les étudiants. En cette période de mouvance du travail, l'entrepreneuriat pourrait s'avérer, pour plusieurs diplômés, une option de carrière permettant de se réaliser professionnellement tout en s'assurant un emploi sur mesure.

L'Algérie compte des dizaines de pôles universitaires repartis sur l'ensemble du territoire national, au sein desquels sont dispensés des enseignements dans diverses spécialités, à 1.300.000 étudiants.

Ce riche potentiel mérite d'être mobilisé pour une participation active au développement économique et social du pays. Dans cette perspective, la voie qui s'impose de plus en plus, s'avère être la création d'entreprises.

Le dispositif de l'ANSEJ se positionne comme le mécanisme adéquat à même d'assurer l'articulation entre le monde du savoir et de la connaissance et le monde de l'économie et de la création de richesse.

Il n'échappe à personne que l'entrepreneuriat est un champ particulier qui n'est pas comparable avec l'enseignement académique traditionnel. La promotion de l'esprit d'entreprendre apparaît comme une nécessité pour susciter l'intérêt des étudiants à la création d'entreprise.

La maison de l'entrepreneuriat est l'outil fondamental sur lequel s'appuie l'ANSEJ pour sensibiliser les étudiants et les initier à l'acte d'entreprendre en partenariat avec les Universités et les Grandes Ecoles.

À la lumière de ces faits, nous avons voulu mieux connaître les perceptions et les intentions d'une population d'étudiants universitaires à l'égard de la carrière entrepreneuriale. Plus spécifiquement, nous voulions répondre aux interrogations suivantes: Est-ce que les étudiants interrogés

ont l'intention de démarrer une entreprise un jour? Si oui, quel type de carrière entrepreneuriale envisagent-ils? À quel moment les étudiants qui envisagent la création d'une entreprise ou de leur propre emploi, souhaitent-ils le faire et pourquoi? Quelles sont leurs plus importantes motivations? Comment les étudiants perçoivent-ils l'entrepreneur, la pratique professionnelle entrepreneuriale et les diverses formes de carrières entrepreneuriales? Est-ce qu'ils connaissent le centre d'entrepreneuriat de leur institution et les services offerts par celui-ci? Les utilisent-ils? Quelles sont leurs attentes à ce sujet?

Les réponses à ces questions font l'objet de cette recherche. La première section présente une revue de littérature. La deuxième section traite de la méthodologie. La troisième section de ce travail analyse les réponses des sujets quant à leur intention de carrière relativement à l'entrepreneuriat, à savoir s'ils envisagent de démarrer une entreprise ou de travailler à leur compte éventuellement. Leurs perceptions de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat sont également analysées dans cette troisième section de cette recherche. Enfin, la dernière section examine les réponses des sujets quant à leur connaissance des services offerts par le centre d'entrepreneuriat.

1. Revue de la littérature

La littérature en entrepreneuriat a exploré diverses approches pour tenter d'expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat et ainsi être en mesure d'identifier des entrepreneurs potentiels. L'approche dite de la personnalité fait œuvre de pionnière dans ce domaine. Selon M. Mouloungui (2012), cette approche, à compter des années 1970, marque un tournant théorique dans l'histoire de l'entrepreneuriat. Elle voit émerger un courant de recherche fondé sur le behaviorisme. La question emblématique de ces recherches est "Qui est l'entrepreneur ?".

Plusieurs disciplines se penchent sur la question pour tenter d'apporter des réponses. Les premières recherches, notamment en psychologie, se sont concentrées essentiellement sur le créateur et, plus particulièrement, sur ses traits de personnalité. Ainsi, elles se sont focalisées sur le volet psychologique de l'individu, en essayant de répondre à différentes questions : « pourquoi dans des circonstances similaires certains individus décidaient de lancer leur propre entreprise alors que d'autres ne le faisaient pas? » ou « être entrepreneur relève-t-il de l'inné ou de l'acquis ? » (Gartner, 1989).

M. Weber (1964) [1905] est sans doute le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été révélée par la psychologie et plus précisément par les travaux de D.C. Mc Clelland (1961 ; 1962 ; 1965) dans le début de la décennie 1960. Cet auteur est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui-même trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement (*Need-Achievement*). D.C. Mc Clelland (1965, p. 392) avance l'hypothèse que ce trait psychologique est assez stable. Combiné aux caractéristiques de l'environnement, il prédispose les individus à choisir des carrières entrepreneuriales.

L'approche centrée sur les individus vise à produire des connaissances sur les compétences et les caractéristiques de l'entrepreneur. Les points à l'origine de multiples recherches sur les caractéristiques personnelles du créateur étaient : ses origines, sa formation, son sexe, etc. De ces travaux, plusieurs traits et caractéristiques ont été

attribués à l'entrepreneur à l'exemple de l'internalité du lieu de contrôle Brockhaus, (1982), de la tolérance à l'ambiguïté (Schere, 1982), de la propension à la prise de risque (Begley et Boyd, 1987 ; Brockhaus, 1980), ou de la proactivité (Battistelli, 2001). Les recherches montrent effectivement une distinction entre les caractéristiques personnelles des entrepreneurs et les non-entrepreneurs. Ces résultats ont renforcé le débat sur l'inné et l'acquis. Il s'agit d'un débat dont l'intitulé peut se formuler ainsi : existe-t-il un instinct entrepreneurial ? En d'autres termes, il s'agit de s'interroger sur la possibilité que les caractéristiques entrepreneuriales mises en évidence soient innées chez certains individus qui, dans ce cas, seraient des entrepreneurs types (Brockhaus, 1980).

Parfois, l'identification de traits psychologiques est menée par contraste avec d'autres acteurs, comme, par exemple, les managers (Kent C. et al., 1982 ; Miner J., 1990 ; Chell et al., 1991). Parfois, elle s'articule avec l'examen comparatif des entrepreneurs selon leur genre (De Carlo J. et Lyons P., 1979 ; Bowen D. et Hisrich D., 1986 ; Hisrich R. et Brush C., 1984, 1986 ; Hisrich R., 1986 ; Langan-Fox J. et Roth S., 1995).

Plusieurs auteurs ont recours à l'utilisation de tests de personnalité pour mener à bien leurs analyses. C'est le cas de Palmer M. (1971), Sexton D et Bowman N. (1986), Johnson B. (1990), Crant J. (1991), Buttner E et Gryskiewicz N (1993), Spector P. et O'Connell B. (1994) et Koh H. (1996).

Selon A. Fayolle (2002), les approches centrées sur les individus font l'objet de critiques régulières et un débat mémorable a agité la communauté des chercheurs en entrepreneuriat à la fin des années 80. Robinson, Stimpson et al., (1991) ont relevé un certain nombre d'insuffisances théoriques et méthodologiques inhérentes à plusieurs de

ces recherches. Malgré tout, cette approche a retenu notre attention parce qu'elle a permis, entre autres, de dresser un portrait type de diverses catégories d'entrepreneurs, lesquelles sont susceptibles de nous aider dans cette recherche à mieux cerner les intentions spécifiques des entrepreneurs potentiels. De plus, pour ce qui est du choix de devenir entrepreneur en particulier, cette approche nous semble expliquer une partie de ce choix, et nous suggère de porter attention à la convergence qui existerait entre le choix de carrière que fait un individu, ses besoins personnels et les caractéristiques de sa personnalité.

Une autre approche qui tient compte de l'environnement dans ses explications et prédictions est celle dite des comportements planifiés (Ajzen, 1991). Dans le champ de l'entrepreneuriat, les tenants de cette approche soutiennent que l'intention est le meilleur prédicteur du devenir entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982; Bird, 1988; Krueger, 1993; Krueger et Carsrud, 1993).

Contrairement aux approches précédentes qui fondent leurs prédictions sur la relative stabilité dans le temps et l'espace des caractéristiques psychologiques et démographiques des individus, l'approche des comportements planifiés reconnaît que l'intention est sujette à des changements avec le passage du temps et selon les expériences sociales des individus. L'ampleur de ces changements dépend de trois facteurs essentiels. Le premier est l'attitude vis-à-vis du comportement qui désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a, du comportement concerné, (Ajzen, 1991). Cette variable représente l'attractivité du comportement, (Emin et al, 2005). La norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de

ce qu'il voudrait entreprendre, (Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006). Le dernier facteur est le contrôle comportemental perçu qui correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Entre autre, il renvoie à la perception qu'une personne a, de la faisabilité personnelle du comportement concerné, (Emin et al, 2005).

L'idée principale qui découle de la théorie du comportement planifié se résume ainsi : Les individus ne seront pas susceptibles de développer une forte intention d'agir et de se comporter d'une certaine façon s'ils croient ne pas avoir les ressources nécessaires ou les opportunités pour y arriver, et ce, même s'ils possèdent des attitudes favorables envers le comportement en question et s'ils estiment que les membres de leur entourage approuveraient le comportement (normes subjectives).

L'importance de la théorie du comportement planifié réside, notamment, dans la proposition d'un modèle théorique utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel. En effet, la théorie de comportement planifié a été employée avec succès dans plusieurs études relevant de différents domaines (Budd, 1986; Prestholdt, Lane et Mathews, 1987; Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988).

Plusieurs auteurs ont appliqué des modèles d'intention à l'acte de création d'entreprise (Krueger et Carsrud, 1993 ; Davidsson, 1995 ; Reitan, 1996 ; Kolvereid, 1996 ; Autio et al., 1997 ; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Krueger et al., 2000 ; Audet, 2001 et 2004 ; Diochon, Gasse et al., 2002 ; Tounès, 2003 ; Emin, 2006 ; Elharbi et Mansour, 2008 ; Boissin, Chollet et Emin, 2008). Certaines de ces études concernent spécifiquement une population étudiante (Kolvereid, 1996; Autio et al., 1997; Tkachev et Kolvereid, 1999; Krueger et al., 2000 ; Audet, 2001 et 2004 ;

Tounès, 2003). Ce sont les résultats de celles-ci qui nous intéressent particulièrement.

Toutefois, malgré les recherches nombreuses en entrepreneuriat et les diverses approches développées par les chercheurs, la difficulté de définir d'une façon consensuelle qui est l'entrepreneur et qu'est-ce qui peut être défini comme une activité entrepreneuriale, persiste. Un certain consensus s'est cependant développé autour du concept des activités de l'entrepreneur. Un entrepreneur est ainsi vu comme une personne qui crée une entreprise ou qui apporte une nouveauté, une innovation, à un produit, une entreprise ou un marché. Dans le cadre de cette recherche, la définition de l'entrepreneur se veut intégrative des différentes théories présentées. La prémisse de départ est que l'entrepreneur est une personne qui recherche l'autonomie. Il est un réalisateur de projets qu'il conçoit (Filion, 2001).

En prenant appui sur cette conception élargie de l'entrepreneur, la présente recherche tente de mieux connaître les intentions des étudiants par rapport à la carrière entrepreneuriale dans le contexte d'un milieu universitaire offrant des services de soutien à l'entrepreneuriat. Ces efforts de compréhension sont nécessaires pour mieux préciser le rôle et les efforts qui doivent être déployés par les universités pour favoriser l'émergence de ces entrepreneurs issus du milieu universitaire.

2. Les objectifs et la méthodologie de la recherche :

Afin d'atteindre nos objectifs de recherche, un questionnaire a été mis au point par une équipe de chercheurs de laboratoire MCLDL Université de Mascara. Le développement et la validation de cet instrument de recherche ont nécessité des interactions avec des chercheurs et des intervenants en entrepreneuriat.

La version finale de l'instrument de mesure comprend 26 questions réparties en trois sections. La première section regroupe huit (6) questions relatives au profil des répondants. Des variables telles que l'âge, le genre, etc..., permettent de cerner les caractéristiques des répondants. La seconde section constitue la partie essentielle du questionnaire. Elle comprend 12 questions de différents types, dont certaines demandent des informations de type nominatif alors que d'autres visent à recueillir des perceptions. Les données recueillies dans cette partie du questionnaire permettent de connaître l'expérience entrepreneuriale des répondants, leur intention quant à la possibilité de démarrer éventuellement une entreprise ou de travailler à leur compte et enfin leur perception de ce qu'est un entrepreneur. La troisième et dernière section du questionnaire comprend neuf (8) questions et vise à recueillir la connaissance qu'entretiennent les étudiants des institutions concernées de la maison d'entrepreneuriat en collaboration avec l'ANSEJ.

Au total, 220 étudiants ont participé à l'enquête. L'échantillon compte donc une très forte représentation d'étudiants de niveaux différents (licence, master, doctorat). Compte tenu de l'échantillon restreint et de la probabilité d'un certain biais puisqu'il est possible que les sujets ayant répondu au questionnaire soient des personnes plus intéressées que d'autres par l'entrepreneuriat, les résultats obtenus doivent être interprétés avec prudence et discernement. Enfin, comme il s'agit d'une population limitée à un seul ensemble universitaire, les résultats ne peuvent être généralisés à d'autres populations.

3. Discussions des résultats

3.1 Le profil des répondants :

La première section du questionnaire visait à recueillir un ensemble de données permettant de tracer un portrait sociodémographique des sujets de l'enquête. Le tableau 1 qui suit présente le profil des sujets selon le genre, domaine d'étude, le niveau d'études et l'expérience professionnelle.

Tableau 1 : Profil des répondants pour l'ensemble de l'échantillon

Caractéristiques de l'échantillon		Fréquences
Age		
	<i>Moins de 21 ans</i>	08,2%
	<i>Entre 21 et 24 ans</i>	31,4%
	<i>Plus de 24 ans</i>	60,5%
Genre		
	<i>Homme</i>	59,5%
	<i>Femme</i>	40,5%
Niveau d'études		
	<i>Licence</i>	68,2%
	<i>Master</i>	28,2%
	<i>Doctorat</i>	03,6%
Domaine d'études		
	<i>Gestion /Administration / Management</i>	38,2%
	<i>S. appliquées ingénieur /S. technologie</i>	19,5%
	<i>Autres</i>	42,3%
Expérience professionnelle		
	<i>Oui</i>	
	<i>Non</i>	
Entrepreneurs dans la famille		
	<i>Oui</i>	39,1%
	<i>Non</i>	60,9%

Globalement, l'échantillon est composé à 59,5% d'hommes, 08,2% sont âgés de moins de 21 ans, 31,4% entre 21 et 24 ans, et 60,5% de plus de 24 ans. La plupart, soit près de 68,2%, sont étudiants de niveau Licence, 28,2% en première et deuxième année Master et finalement 03,6% en Doctorat. (38,2%) des étudiants étudient dans le domaine de la gestion, 19,5% dans les sciences appliquées, et 42,3% dans d'autres domaines. Plus de 1/3 des répondants ont un membre de leur famille qui est entrepreneur. Aussi, la très grande majorité, soit 81,8%, ont déjà une expérience de travail.

3.2 Les intentions et la prévalence :

En moyen sur l'ensemble de l'échantillon, plus de la moitié des répondants envisage de démarrer une entreprise à court et / ou moyen et / ou long terme (58,16%). Toutefois, la période la plus propice au

démarrage de l'entreprise est longtemps après l'obtention de leur diplôme (63,2%), même si certains l'envisagent juste après l'obtention de leur diplôme (56,8%) ou encore pendant leur étude (54,5%).

En outre, on peut constater que les intentions de création d'entreprise sont supérieures chez les étudiants universitaires de niveau licence (60% contre 53% et 58% respectivement niveau doctorat et master), notamment longtemps après l'obtention du diplôme (66% contre 58% et 37%). Le tableau 2 présente le détail des intentions entrepreneuriales pour l'ensemble des étudiants interrogés et selon le niveau d'études.

Tableau 2 : Intentions des répondants de démarrer une entreprise :

	Echantillon T	L	M	D
<i>intentions de démarrer une entreprise:</i>	58,16%	60%	53%	58%
<i>pendant les études</i>	54,5%	53,3%	56%	62%
<i>Juste après l'obtention du diplôme</i>	56,8%	60,7%	45%	75%
<i>Longtemps après l'obtention du diplôme</i>	63,2%	66%	58%	37%

On remarque que les étudiant doctorant ont une intention entrepreneuriale supérieure aux deux autres niveaux à moyen terme (juste après l'obtention du diplôme 75% contre 60,7% et 45%). Cette différence peut s'expliquer par le fait que les étudiants doctorant sont de façons générales plus âgées. Par le fait même, ils ont une meilleure idée de leur projet d'avenir et se sentent possiblement plus prêts à se lancer.

3.3 Les perceptions de désirabilité

En ce qui a trait à leurs aspirations professionnelles, les étudiants interrogés sont essentiellement attirés par une carrière au sein de PME (53,2%), le secteur public (25%) et

enfin, la grande entreprise avec un taux de 21,8%. Le tableau 3 reprend les résultats obtenus sur cette question.

Facteurs	%
<i>Les conditions économiques</i>	40,9
<i>Les conditions politiques</i>	20,5
<i>Le système éducatif</i>	18,2
<i>Le caractère des gens</i>	14,1
<i>Système de support</i>	03,6
<i>Une ambiance favorable pour l'innovation dans les entreprises et les institutions et un accès facile aux ressources</i>	02,7

Tableau 3 : Aspirations professionnelles des répondants

Voudriez vous faire carrière dans :	Effectifs	%
<i>PME</i>	117	53,2
<i>SECTEUR PUBLIC</i>	55	25
<i>GRANDE ENTREPRISE</i>	48	21,8

3.4 Les perceptions de faisabilité :

Le manque de moyens financiers est, selon les répondants, le frein majeur au développement de l'entrepreneuriat 32,3% (voir tableau 4). Les barrières administratives sont considérées comme un obstacle au développement de l'entrepreneuriat par 25% des étudiants interrogés ; tout comme, mais dans une moindre mesure, le manque de soutien et d'aide, manque d'opportunités rentables et les conditions économiques défavorables (respectivement 18,6%, 14,1% et 9,5%).

Tableau 4 : Les freins au développement de l'entrepreneuriat

Freins	%
<i>Manque de moyens financiers</i>	32,3
<i>Barrières administratives</i>	25%
<i>Manque de soutien et d'aide</i>	18,6
<i>Manque d'opportunités rentables</i>	14,1
<i>Conditions économiques défavorables</i>	09,5
<i>Autres</i>	00,5

Les conditions économiques, comme le niveau d'inflation, le système fiscal ou encore la conjoncture économique, sont les

principaux facteurs d'influence pour le développement de l'entrepreneuriat selon les étudiants interrogés (40,9 %). Comme l'indique le tableau 5, les conditions politiques ou le caractère des gens ou encore une ambiance favorable à l'innovation et l'accès aux ressources sont aussi vus comme des facteurs ayant une influence importante sur le développement de l'entrepreneuriat.

Tableau 5 : Facteurs considérés par les répondants comme influençant le développement de l'entrepreneuriat

3.5 Les croyances sur l'entrepreneuriat

Le tableau 6 reprend les résultats obtenus quant aux perceptions des étudiants concernant l'esprit d'entreprise. Les étudiants interrogés associent l'esprit d'entreprise principalement à l'augmentation du capital et de la richesse 27,7 %, puis au lancement et au développement d'un projet ou d'une activité 17,3 %. Prendre des risques ou encore l'organisation et à la gestion de l'entreprise n'interviennent qu'en 3^{ème} position 16,8 %.

Tableau 6 : Réponses obtenues à la question « À quoi associez-vous l'esprit d'entreprise? »

ÉNONCÉS	%
<i>Augmenter son capital et sa richesse</i>	27,7
<i>Lancer et développer un projet, une activité</i>	17,3
<i>Prendre des risques</i>	16,8
<i>Organiser et gérer votre propre entreprise</i>	16,8
<i>Créer votre propre entreprise</i>	15,9
<i>Développer un nouveau produit ou un service</i>	05,5

Pour 33,6 % des personnes interrogées, l'argent est la seule chose dont un entrepreneur à besoin. Il ne se dégage pas de croyances fortes vis-à-vis de l'entrepreneur type. Ainsi, ce serait éventuellement un inventeur, pour 20%% des répondants, ou

encore, une personne principalement d'action, pour 17,7% d'entre eux.

Tableau 7 : Croyances relatives à l'entrepreneuriat

Enoncés	%
<i>l'argent est la seule chose dont un entrepreneur a besoin</i>	33,6
<i>Un entrepreneur est un inventeur</i>	20
<i>Un entrepreneur est un homme ou une femme d'action pour qui le savoir passe au second plan</i>	17,7
<i>Vous êtes un entrepreneur type</i>	05

Enfin, tel que présenté dans le tableau 7, les étudiants interrogés considèrent que certaines activités académiques (projets, initiatives, stages, simulations, etc.) favorisent l'entrepreneuriat chez les étudiants (58,2%) mais que les cours dispensés à l'université n'y participent plutôt pas, selon 43,2% des répondants.

Tableau 8 : Impact perçu des activités académiques sur le développement de l'entrepreneuriat

Enoncés	%
<i>Certaines activités académiques pourraient favoriser le développement de l'entrepreneuriat chez les étudiants</i>	52,2
<i>Les cours dispensés à l'université développent l'esprit d'entreprise chez les étudiants</i>	43,2

3.6 Les traits de personnalité, attitudes et motivations relatifs à l'entrepreneuriat

Seulement 05 % des étudiants interrogés se considèrent comme des entrepreneurs nés alors qu'ils sont 34,1% à se reconnaître comme des personnes entreprenantes. Aussi, comme le montre le tableau 57, ils sont assez nombreux à s'imposer des tâches difficiles et ambitieuses (37%) et à être prêts à prendre un certain risque pour parvenir à un statut social et professionnel élevé (45,5%).

Tableau 9 : Croyances des répondants sur leurs traits de personnalité

Croyances	%
<i>Je m'impose des tâches difficiles et ambitieuses</i>	37
<i>Je suis une personne entreprenante</i>	34,1
<i>Vous êtes un entrepreneur-né</i>	05

Suivant les résultats présentés au tableau 9, les étudiants interrogés s'estiment créatifs et ouverts aux changements (2,65 sur une échelle de 4). Par ailleurs, ils apprécient l'indépendance et la confiance en soi qu'apporte la création d'entreprise: 2,80 sur une échelle de 4.

Tableau 10 : Croyances des répondants sur leurs traits de personnalité, évaluées sur une échelle de 1 à 4¹

Enoncés	%
<i>Je suis en général créatif (ve), plein(e) d'idées et ouvert(e) aux changements</i>	2,65
<i>Dans la création d'entreprise, j'apprécie l'indépendance et la confiance en soi</i>	2,80

Enfin, des quatre motivations à la création d'entreprise présentées dans le tableau 10, faire de l'argent et réalisation personnelle sont les deux plus fréquemment citées (respectivement (53,6% et 21,8%).

Tableau 11 : Motivations à créer une entreprise

Motivations	%
<i>Faire de l'argent</i>	53,6
<i>Réalisation personnelle</i>	21,8
<i>Relever un défi</i>	12,3
<i>Etre son propre patron</i>	12,3

3.7 Résultats comparatifs sur l'échantillon

À partir des données obtenues, il a été possible de distinguer certaines catégories d'étudiants; entre autres, ceux qui ont déjà une première expérience d'entrepreneur, ceux qui ont dans leur famille des modèles entrepreneuriaux. Nous avons comparé les résultats de chacune de ces deux catégories avec ceux de l'échantillon global afin de considérer les écarts possibles. Les principaux résultats sont présentés dans cette partie.

3.7.1 Résultats selon l'expérience en entrepreneuriat :

Les étudiants qui ont déjà une première expérience en tant qu'entrepreneurs

¹ 1 signifiant « pas du tout d'accord » et 4 « complètement d'accord »

représentent 30% de l'échantillon (66 personnes sur 220). Ils ont été identifiés par leur réponse positive à la question 5 « Durant vos études, avez-vous démarré une activité, une organisation, une association, une entreprise? ».

On constate que ces étudiants sont davantage enclins à vouloir créer une entreprise que ceux qui n'ont aucune expérience en entrepreneuriat (61,03% contre 54,54%). Les différences les plus significatives concernent les croyances sur leurs traits de personnalité et leurs motivations à créer une entreprise. Ainsi, « être son propre patron » est nettement moins une motivation pour démarrer son entreprise chez ceux qui ont une première expérience (10,38% contre 13,28%); aussi, ils se considèrent davantage comme des personnes entreprenantes (38,96% contre 12,58%). Le tableau présente les principaux résultats comparatifs.

Tableau 12 : Comparaison des intentions, motivations et croyances selon l'expérience en entrepreneuriat.

	Avec Expérience	Sans Expérience
Intention de démarrer une entreprise	61,03%	54,54%
Motivation à démarrer une entreprise		
<i>Relever un défi</i>	16,88%	09,79%
<i>Se réaliser personnellement</i>	18,18%	23,77%
<i>Faire de l'argent</i>	54,54%	53,14%
<i>Etre son propre patron</i>	10,38%	13,28
Croyances		
<i>Je m'impose des tâches difficiles et ambitieuses</i>	49,35%	30,76%
<i>Je suis une personne entreprenante</i>	38,96%	12,58%

3.7.2 Résultats selon les antécédents familiaux :

Le fait d'avoir dans sa famille des modèles d'entrepreneurs est généralement considéré comme un facteur influençant positivement les intentions entrepreneuriales. Ainsi, des individus dont les parents ou les proches possèdent ou ont déjà possédé une entreprise

seraient plus prédisposés à créer des entreprises ou du moins à en présenter l'intention.

Dans le même sens, les étudiants ayant la présence d'entrepreneurs dans leur famille sont plus nombreux à présenter des intentions entrepreneuriales (46.51 % contre 27,61 %).

Les écarts les plus significatifs se retrouvent au niveau des croyances sur leurs traits de personnalité. Les étudiants qui ont au moins un entrepreneur au sein de leur famille se reconnaissent davantage comme des entrepreneurs-nés (30 % contre 25 %), comme des personnes entreprenantes (47,67 % contre 25,37 %) et s'imposent plus de tâches difficiles et ambitieuses (47,67 % contre 30,59 %).

Tableau 13 : Comparaison des intentions, motivations et croyances selon la présence d'un entrepreneur dans la famille

	Entrepreneur dans la famille	Pas d'entrepreneur dans la famille
Intention de démarrer une entreprise	46.51%	27,61%
Croyances		
<i>Se considère un entrepreneur-né</i>	30%	25%
<i>S'impose des tâches difficiles et ambitieuses</i>	47,67%	30,59%
<i>Est une personne entreprenante</i>	47,67%	25,37%

3.7.3 Résultats selon les caractéristiques et les traits de personnalité

Tel que nous l'avons mentionné dans une section précédente, les entrepreneurs présentent des caractéristiques et des traits de personnalité qui les distinguent souvent de du reste de la population. La prise de risque, l'ambition et la persévérance en sont des exemples. Parmi l'échantillon, certains répondants présentent un « profil

entrepreneurial », c'est-à-dire qu'ils disent à la fois s'imposer des tâches difficiles et ambitieuses, être prêts à prendre des risques pour atteindre un statut professionnel ou social élevé et se considérer comme une personne entreprenante. Une nouvelle catégorie a été constituée à partir des étudiants ayant répondu par l'affirmative à ces trois énoncés. Ils représentent 35% de l'échantillon, soit 77 personnes sur 220. Cette catégorie de répondants se distingue de l'échantillon global sur certains aspects.

D'abord, comme le laisse voir le tableau 13, de façon générale, ils ont de plus fortes intentions de démarrer une entreprise. Plus de 55% des répondants ayant des caractéristiques entrepreneuriales disent avoir l'intention de démarrer une entreprise, alors qu'ils ne sont que 17,27% chez les autres répondants. Parmi les répondants ayant mentionné avoir des intentions de démarrer une entreprise, une grande majorité le considère dans un horizon à long terme, soit longtemps après l'obtention du diplôme. Bien que les différences ne soient pas significatives, les répondants avec un « profil entrepreneurial » sont plus nombreux à être indécis (ont répondu « je ne sais pas ») sur l'horizon dans lequel ils considèrent passer à l'action.

Tableau 14 : Comparaison des intentions entrepreneuriales entre les répondants avec profil entrepreneurial et les autres

	Répondants avec profil entrepreneurial	Répondants sans profil entrepreneurial
Intention de démarrer une entreprise	55%	17,27%
<i>Pendant les études</i>		
Oui	35,53%	10,74%
Non	42,10%	18,42
Je ne sais pas	53,71%	39,47
<i>Juste après l'obtention du diplôme</i>		
Oui	37,6%	29,6
Non	44,89	28,57
Je ne sais pas	34,78	26,53
<i>Longtemps après l'obtention du diplôme</i>		

Oui	39,56	30,21%
Non	41,30%	26,08%
Je ne sais pas	22,85%	42,85%

Sur le plan des croyances, on constate quelques différences entre les deux groupes, en l'occurrence que les répondants présentant un « profil entrepreneurial » sont trois fois plus nombreuses à associer l'esprit d'entreprise à la création d'une entreprise et au développement de nouveaux produits ou services. Le tableau présente les résultats obtenus à chacun des énoncés pour les deux catégories de répondants.

Tableau 15 : Réponses obtenues à la question « À quoi associez-vous l'esprit d'entreprise? » chez les répondants présentant un profil entrepreneurial et les autres

Enoncés	Répondant avec profil entrepreneurial	Répondants sans profil entrepreneurial
<i>Organiser et gérer votre propre entreprise</i>	37,83%	40%
<i>Créer votre propre entreprise</i>	68,57%	20%
<i>Lancer et développer un projet, une activité</i>	44,73%	36,84%
<i>Prendre des risques</i>	37,83%	40,54%
<i>Développer un nouveau produit ou service</i>	58,33%	16,66
<i>Augmenter son capital et sa richesse</i>	39,34%	34,42%

À la question : « Où pensez-vous que l'esprit d'entreprise puisse être développé ? » les réponses diffèrent passablement selon le profil des répondants. Comme le montre le tableau 16, ceux dont le profil peut être qualifié d'entrepreneurial sont moins nombreux à croire qu'il puisse être développé dans le secteur public, mais au contraire plus nombreux à croire qu'il puisse l'être dans les grandes entreprises.

Tableau 16 : Croyances sur les lieux où peut être développé l'esprit d'entreprise selon les répondants présentant un profil entrepreneurial et les autres

Lieux	Répondant avec profil entrepreneurial	Répondants sans profil entrepreneurial
<i>Les grandes entreprises</i>	45,83%	34,54%
<i>Le secteur privé</i>	28,88%	30,90%

En plus de dire s'imposer des tâches difficiles et ambitieuses, être prêts à prendre des risques pour atteindre un statut professionnel ou social élevé et se considérer comme une personne entreprenante, les répondants dont le profil est entrepreneurial se disent plus créatifs que les autres répondants, apprécient davantage l'indépendance et la confiance en soi associées à la création d'entreprise et sont presque du double à se considérer des entrepreneurs-nés (voir tableau 17).

Tableau 17 : Croyances et perceptions selon les répondants présentant un profil entrepreneurial et les autres

	Répondant avec profil entrepreneurial	Répondants sans profil entrepreneurial
<i>Vous êtes un entrepreneur-né</i>	45,45%	24,27%
<i>Dans la création d'entreprise, j'apprécie l'indépendance et la confiance en soi</i>	2,65 (sur 4)	2,50 (sur 4)
<i>Je suis en général créatif(ve), plein(e) d'idées et ouvert(e) aux changements</i>	2,80 (sur 4)	2,30 (sur 4)

Finalement, la catégorie des répondants présentant certaines caractéristiques entrepreneuriales est composée d'une plus grande proportion d'hommes que la catégorie de répondants ne présentant pas ces caractéristiques : alors que la première est composée de plus de 59,5 % d'hommes, la seconde est au contraire composée de près de 48,4 % de femmes. Aussi, dans la première catégorie, près de 54,7 % disent avoir au moins un entrepreneur dans leur famille, alors

qu'ils ne sont que 25,8 % dans cette situation dans la seconde.

Tableau 18 : Différences de caractéristiques en fonction de la présence ou non d'un profil « entrepreneurial »

caractéristiques de l'échantillon	Répondant avec profil entrepreneurial	Répondants sans profil entrepreneurial
<i>GENRE</i>		
<i>Homme</i>	59,5%	51,6%
<i>Femme</i>	40,5%	48,4%
<i>ENTREPRENEUR DANS LA FAMILLE</i>		
<i>Oui</i>	54,7%	25,8%
<i>Non</i>	45,3%	74,2%

3.7.4 La définition de l'entrepreneur :

Dans cette partie de la recherche, nous examinons les réponses des sujets par rapport à différents énoncés qui proposent une définition de l'entrepreneur. Nous analysons également les réponses des sujets sur leur perception du degré d'intérêt que peuvent avoir les étudiants de différentes disciplines par rapport à l'entrepreneuriat. En ce qui concerne les énoncés de la définition de l'entrepreneur, ils ont été établis à partir des réponses les plus fréquentes mentionnées à cette question qui était de type ouvert dans le questionnaire. Plus de 117 étudiants y avaient répondu en fournissant leur définition d'un entrepreneur.

L'examen des résultats de cette enquête indique que les sujets sont assez fortement en accord avec tous les énoncés proposés à l'exception du premier «Personne qui ne veut pas travailler pour un patron» qui recueille un pourcentage de désaccord significatif. Par ailleurs, l'énoncé qui définit l'entrepreneur comme «une personne qui a de l'initiative et qui est prête à prendre certains risques pour réaliser ses idées de même que ses projets» se démarque en recueillant un pourcentage très

élevé sur la catégorie «Totalelement d'accord», soit 58,5% .

4. La connaissance des Centres d'aide à la création d'entreprises et des besoins des futurs entrepreneurs :

La dernière section de cette étude concerne la connaissance qu'ont les répondants des Centres d'entrepreneuriat de même que leurs besoins. La première question s'adressait aux répondants qui ont l'intention de démarrer une entreprise. La question se lisait ainsi: «Si vous possédez déjà une entreprise ou que vous avez l'intention d'en créer une, souhaitez-vous recevoir de l'aide d'un centre d'aide en démarrage d'entreprise?» Au total, 58,16% des 127 sujets ont répondu OUI à cette question.

Nous leur avons ensuite proposé une liste comprenant 8 possibilités d'aide en leur demandant d'identifier les éléments d'aide qu'ils souhaiteraient obtenir.

spécialisés pour des étudiants qui prévoient démarrer leur entreprise après leurs études et dans un délai de trois à cinq ans (moyen et court terme) pour la plupart d'entre eux.

Toutefois, pour les 25 répondants qui ont répondu affirmativement à la question, nous leur avons demandé comment ils avaient connu ou entendu parler du Centre d'entrepreneuriat ou maison d'entrepreneuriat. Les affiches sur le campus ont obtenu la plus grande fréquence de réponse, suivies des média et les amis.

Conclusion :

L'objectif principal de cette enquête auprès d'étudiants universitaires visait à mieux comprendre la place de l'entrepreneuriat dans leurs préoccupations de carrière afin d'être en mesure de répondre le mieux possible aux besoins de ceux qui envisagent de devenir entrepreneur. Pour ce faire, il importait de

L'élément d'aide le plus fréquemment mentionné par les répondants, dans une proportion de 62,6%, concerne les informations générales sur le démarrage d'entreprise incluant les sources et les méthodes de recherche de financement.

Un deuxième élément intéresse aussi grandement la majorité des répondants, soit l'étude de marché. Compte tenu des réponses obtenues quant au moment prévu pour le démarrage d'entreprise pour ceux qui ont cette intention, il y a lieu de se demander si certains des services offerts par le Centre d'entrepreneuriat ne devraient pas être disponibles pour les diplômés pour une période de trois à cinq ans après l'obtention du diplôme. L'aide souhaitée par les répondants serait ainsi disponible au moment le plus propice pour le démarrage.

En résumé, les services offerts intéressent les répondants, en particulier ceux concernant le démarrage, les conseils juridiques et l'étude de marché. Toutefois, on doit se demander si certains des services offerts ne sont pas trop mieux connaître le profil de cette catégorie, de son intention face à la possibilité d'une carrière entrepreneuriale et de cerner sa perception de l'entrepreneur. Par ailleurs, cette enquête cherchait aussi à évaluer la connaissance des étudiants via-avis de la maison d'entrepreneuriat et des services qu'elle dispense sur le campus universitaire.

Malgré certaines limites méthodologiques, les résultats obtenus permettent de constater qu'il existe un réel intérêt pour l'entrepreneuriat chez les étudiants qui ont répondu. Un élément très important que cette recherche permet de mettre en relief, concerne la façon dont les étudiants envisagent l'entrepreneuriat. Ils ne veulent pas se lancer en affaire sans avoir de bons outils et surtout il semble que ce soit un choix réfléchi auquel ils croient. L'entrepreneuriat correspond à leurs valeurs

personnelles et c'est là leur plus grande motivation.

Également, il serait intéressant d'examiner plus en profondeur comment les divers centres d'entrepreneuriat dans les universités québécoises pourraient accompagner encore

References:

- Ajzen, I. (1991)**, The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179–211. Cité par N.RAJHI (2006, p. 48) an : « Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification Des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien » Thèse de doctorat.
- Audet J (2001)**, « Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois : seront-ils entrepreneurs demain ? », *Cahiers de recherche n°01-13*, Trois-rivières, Institut de recherche sur les PME, Université de Québec à trois rivières.
Cité par M. bourguiba (2007, pp. 40-44) dans : « de l'intention a l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. Université de NANCY 2
- Audet J (2004)**, A longitudinal study of the entrepreneurial Intentions of university students. *Academy of Entrepreneurship Journal*10 (1/2), 3-16.
Cité par L. Saleh (2011, pp. 201-203) dans : « L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban ». Université de NANCY 2
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M. and Ulfdtedt, T. (1997)**, "Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference, 133-147.
Cite par Y.Wang (2010, p. 65) dans : « L'évolution de l'intention Et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale » thèse doctorat ECOLE CENTRALE DE LILLE
- Battistelli, A (2001)**, Cité par A.Battistelli (2013), et al. ,(2013, P. 16) Dans : « Les facteurs psychosociaux de l'intention entrepreneuriale : une recherche chez les étudiants universitaires de différents pays. En: XXXIV Congreso Interamericano de Psicología, Brasilia, Brasil. Jul 15 – 19, 2013.
- Begley, T. M. & Boyd, D P (1987)**, Psychological characteristics of associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2: 79-83. Cité par (Donatus Okhomina in : « Entrepreneurial orientation and psychological trait : the moderating influence of supportive environment ». *Journal of Behavioral Studies in Business*. pp. 3-4.
- plus adéquatement ces entrepreneurs potentiels. Si le potentiel entrepreneurial constitue une des plus grandes richesses d'une société, il importe de cibler les façons optimales pour le mettre en valeur.
- <http://www.aabri.com/manuscripts/10450.pdf>
- Bowen D. D.et Hisrich D (1986)**, « the female Entrepreneur : A Career Development Perspective » the *Academy OF Management Review*. II. PP. 393-407. Cité par J. Vandewattyne et J. L Guyot (2008) dans « les logiques d'action entrepreneuriale : Cas des Primo-Créateurs D'entreprise de Région Wallonne.
- Brockhaus, R. H (1982)**, Psychology of the entrepreneur. In Kent, Sexton, Vesper (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 39-57 cité par J.W. Carland et J. C. Carland (1995, p.) an « A MODEL OF ENTREPRENEURSHIP: THE PROCESS OF VENTURE CREATION ».
- Brockhaus, R,H (1980)**, "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs", *Academy of Management Journal*, 1980, vol. 23, n° 3, p. 509-520
- Buttner E. H., Gryskiewicz N.(1993)**, Entrepreneurs' Problem Solving Styles: An Empirical Study Using the Kirton Adaptation/Innovation Theory, *Journal of Small Business Management*, Vol. 31, N° 1, 1993. Cité par Martin Lukeš (2013, p. 7) dans : « ENTREPRENEURS AS INNOVATORS: a multi-country study on entrepreneurs' innovative behaviour ». *prague economic papers*, 1, 2013.
www.vse.cz/polek/download.php?jnl=pep&pdf..pdf
- Carland, J. W., Carland, A. C & Aby, C. D. (1989)**. An assessment of the psychological determinants of planning in small business. *International Small Business Journal*, 7(4), 23-34.
Cité par D. Okhomina. In : « Entrepreneurial orientation and psychological traits: the moderating influence of supportive environment » *Journal of Behavioral Studies in Business*.
<http://www.aabri.com/manuscripts/10450.pdf>
- Chell E., Haworth J., Brearley S (1991)**, *The Entrepreneurial Personality, Concepts, Cases and Categories*, Londres Routledge, 1991. Cité par J. L. Guyot et B. V. Rompaey (2002) , op cite p. 15.
- Crant J.M (1991)**, The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management*, Vol. 28, N° 3, 1991. Cité par E. S. Scott, M. Crant et M. L. Kraimer (1999, p. 2) dans : « Proactive Personality and career success » *Journal of Applied Psychology* 1999. Vol 84, N° 3, 416-427.
- De Carlo J.F., Lyons P.R.(1979)**, A comparison of

- selected personal characteristics of minority and nonminority female entrepreneurs, Cité par J. L. Guyot et B. V. Rompaey (2002) , op cite p. 17.
- Fayolle, A et Filion, L.J (2006)**, Devenir entrepreneur. Des enjeux aux outils. Paris : Village Mondial.
- Filion. L.J, (1997)** Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. Revue Internationale PME , 1997, 10/2, 129-172
- Gartner,W. B (1989)**, Gartner, (1989). ""Who is an entrepreneur?" is the wrong question." *Entrepreneurship Theory and Practice* Summer: 47-68.
- Guyot, J-L et Rompaey, B, V (2002)**, « entrepreneuriat et création d'entreprise » discussion papers N°0201 p. 7.
- Hernandez. E.-M (1999)** *Le processus entrepreneurial : vers un modèle Stratégique d'entrepreneuriat*, l'Harmattan, 1999, 255 pages.
- Hisrich, R and Brush, C. (1994)**, "The Woman Entrepreneur: Management skill and Business Problems", *Journal of Small Business Management*, 22 (1), 30-37. Cité par Mallika Das (2000) in : « Women Entrepreneurs From India: Problems, Motivations and Success Factors ». *JOURNAL OF SMALL BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP*. VOL 15 N° 4, 2000-2001. Pp. 68-69.
- Johnson, B.R (2012)**, Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 1990, 14/3, 39-54. Madické Diop (2012) op cite p. 100.
- Krueger. N. (1993)**, Impact of prior entrepreneurial exposur perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21. Cité par S. Emin (2003) op cite pp.108-117.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud, A.L. (2000)**, Com models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432. Cite par Y.Wang (2010) op cite pp. 167-168.
- Kent C. A.; Sexton, D. L. & Vesper K. H (1982)**, *Encyclopedia of Entrepreneurship* : pp.39-71. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall cité par J. L. Guyot et B. V. Rompaey (2002) , op cite p. 17.
- Koh H. (1996)**, Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Honk Hong MBA Students, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11, N° 3, 1996. Cité par M. Yusof, M. S. Sandhu K. K.Jain (2007, p.5) dans : « relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: a case study of students at University Tun Abdul Razak (unitar) . Volume III, Issue 2, September2007©2007, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability* Editors@siaentrepreneurshipjournal.com
- Langan-Fox, J. and Roth, S. 1995** Achievement motivation and female entrepreneurs, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 68: 209–218. Cité par H. Frank, M. Lueger and C. Korunka (2007) in « The significance of personality in “ business start-up intentions, start-up realization and business success » *Entrepreneurship & Regional Development*, 19, MAY (2007), 227–251 <http://www.taranomco.com/wp-content/uploads/2013/11/135.pdf>
- Miner, J. B. (1990)** Entrepreneurs, High Growth Entrepreneurs and Managers : Contrasting and Overlapping Motivational Patterns, *Journal of Business Venturing*, vol. 5, p. 221-234. Cité par Louis Jacques Filion (1998, P.3) dans : « Deux types d'entrepreneurs: l'opérateur et le visionnaire. Conséquences pour l'éducation » Cahier de recherche no.1998-10 Septembre 1998.
- Mc Clelland, D(1965)**, "n Achievement and entrepreneurship : A longitudinal study", *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, p. 389-392.
- Mouloungui, M (2012)**, « processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales » Thèse doctorat..
- Palmer, M. (1971)**. The application of psychological testing the entrepreneurship potential. *California management review*, 13(3), 32-38. Cité par Y.Gasse et M. Tremblay (2005) dans : « sensibilisation à l'entrepreneuriat : construction et validation empirique d'un outil pratique » DOCUMENT DE TRAVAIL 2005-013. http://rd.fsa.ulaval.ca/ctr_doc/default.asp
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., Hunt, H.K. (1991)** An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 15 (4): 13-32.
- Sexton, D.L et Bowman N.B (1986)**, « The entrepreneur: a capable executive and more. » *Journal of Business Venturing*, 1986, 1/1, 129-140. Cité par Madické Diop (2012, pp. 35-131) dans : « La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone » thèse doctorat <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00764110>
- Schere, J (1982)**, Tolerance of ambiguity as discrimination variable between entrepreneur and manager. *Proceeding of academy of management conference New Work*. Cite par S. Emin (2003) op cite, P. 102.
- Spector, P. E., & O'Connell, B. J. (1994)**. The contribution of personality traits, negative affectivity, locus of control and Type A to the subsequent reports of job stressors and job strains. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 67(1), 1-12. Cité par C. E. Fretwell, C. C. Lewis et M. Hannay (2013, pp. 57-60) dans : « Myers-Briggs Type Indicator, A/B

Personality Types, and Locus of Control: Where Do They intersect ? » American Journal of Management vol. 13(3) 2013

www.na-businesspress.com/.../FretwellCE_Web13_3_

Stevenson. H.H et Jarillo. J.C (1990) "A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management", *Strategic Management Journal*, 1990, vol. 11, p. 17-27.

www.toorenburg.net/...management/a-paradigm-of-entr
Smith N.(1967), The Entrepreneur and his Firm : the Relationship between a Type of Man and a Type of Company, Bureau of Business and Economic Research, Chicago, Michigan State University, 1967. Cité par Madické Diop (2012) op cite p. 142