

L'intention entrepreneuriale chez les étudiants diplômés

[The entrepreneurial intention among graduate students]

Ines Farhat Dalhoum

Doctorante en sciences de gestion, Faculté de sciences économiques et de gestion Sfax, Tunisia

Copyright © 2016 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the **Creative Commons Attribution License**, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: In entrepreneurial literature, the phase of the organizational emergence manifested as requiring extensive research. This phase, characterized by the intention of a person to start a business, covers different realities. However we have developed this contribution which is attached to formulate a model of entrepreneurial intention among graduate students. Based on the review of the literatures of entrepreneurial intention, we have tried to formulate a model of entrepreneurial intention among graduate students. On the theoretical level, this article is mainly dependent on psychosocial models. On the basis of model creation, entrepreneurial motivation is recognized as the essential fact to improve the entrepreneurial intention among graduate students. Researchers and academics in the field of entrepreneurship can involve this model to presage the impact of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention for graduate students.

KEYWORDS: entrepreneurial Intention, entrepreneurial motivation.

RESUME: Dans la littérature entrepreneuriale, la phase de l'émergence organisationnelle s'est manifestée comme nécessitant des recherches approfondies. Cette phase, caractérisée par l'intention d'un individu de créer une entreprise, recouvre des différentes réalités. Cependant, nous avons élaboré cette contribution qui s'attache à formuler un modèle de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants diplômés. Sur la base de l'examen des littératures de l'intention entrepreneuriale, nous avons essayé de formuler un modèle de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants diplômés. Sur le plan théorique, cet article dépend principalement des modèles psychosociaux. Sur la base de la création du modèle, la motivation entrepreneuriale est reconnue comme le fait essentiel permettant d'améliorer l'intention entrepreneuriale chez les étudiants diplômés. Les chercheurs ou les universitaires dans le domaine de l'entrepreneuriat peuvent utiliser ce modèle pour présager l'impact de la motivation entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants diplômés.

MOTS-CLEFS: Intention entrepreneuriale, motivation entrepreneuriale.

1 QU'ENTEND-ON PAR L'ENTREPRENEURIAT?

Durant les dernières décennies, l'entrepreneuriat a été évalué comme étant l'un des facteurs fonciers de la production des services, de la richesse, du travail et des ressources. Jusqu'à aujourd'hui, on accorde une importance à la favorisation de l'entrepreneuriat au sein des universités vu qu'elle représente un facteur important du développement économique, et puisqu'elle est présente dans tous les domaines de l'activité humaine, de l'économie, de la culture, de l'enseignement...

À présent, l'entrepreneuriat est de plus en plus évalué comme étant un élément prétentieux du développement, et cela s'exprime particulièrement par son impact sur l'intégration professionnelle des diplômés et sur la création d'emplois. Plusieurs institutions accordent une importance sur la notion de l'entrepreneuriat étant donné son rôle fondamental dans la formation des ressources humaines et dans la diffusion des valeurs.

Ainsi, l'entrepreneuriat -tant en termes de création d'entreprise qu'en termes de modernisation et d'innovation des entreprises existantes- représente un élément crucial pour relever les défis. L'entrepreneuriat apparaît comme une alternative intéressante qui permet de réduire le taux de chômage et d'offrir aux jeunes diplômés la possibilité de s'insérer dans la vie active, d'avoir leurs propres entreprises et d'imprimer leurs impacts sur la société. Ainsi, l'entrepreneuriat est considéré comme un élément-clé des performances économiques dans le monde entier, elle joue un rôle structurel et dynamique dans les économies.

Les études du concept « entrepreneuriat » ont été influencées par l'économie, la culture, la psychologie, la sociologie et des littératures de gestion stratégiques fournissant des cadres théoriques et des outils méthodologiques (Gustafsson.V, 2004).

L.-J. Filion (1997) définit l'entrepreneuriat comme étant "le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales". Chandler et Lyon (2001) ont apprécié l'approche multidisciplinaire à l'entrepreneuriat d'une façon positive et suggèrent que c'est l'un des points forts du domaine de l'entrepreneuriat, ils examinent aussi des cadres et des méthodologies des autres sciences sociales légitimes.

L'entrepreneuriat prend la forme des capacités, des compétences, des connaissances, des motivations et des comportements qui se révèle dans un contexte spécifique. Afin de pouvoir comprendre le parcours qui mène à l'acte d'entreprendre, il est important d'étudier l'intention entrepreneuriale.

2 L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DANS UNE PERSPECTIVE CULTURELLE DIFFERENTE

L'intention entrepreneuriale constitue une phase importante dans le processus de création d'entreprise, ce qui la caractérise c'est son aptitude à faire basculer les personnes dans le concret et alors à aboutir à l'action. La compréhension de la phase de l'intention entrepreneuriale devient de plus en plus considérable pour l'entrepreneur aussi que pour le gestionnaire, la description et la clarification de cette phase permette de discerner le phénomène entrepreneurial. (Tounés.A 2003)

Les théories décrivant l'intention entrepreneuriale permettent d'enrichir les recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat, même si cette intention ne se couronne pas par l'action de création. Plusieurs modèles d'intention entrepreneuriaux ont pris une grande attention par les chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat, parmi ces modèles on cite : le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero.A et Sokol.L (1982), la théorie du comportement planifié d'Ajzen.I (1991), l'orientation de l'attitude entrepreneuriale de Robinson et al. (1991), le modèle de conviction de Davidsson.P (1995), la théorie d'action raisonnée d'Ajzen.I et Fishbein.M (1975) ...Ces modèles accordent une importance sur le facteur « intention » vu qu'il représente un bon prédicateur de l'action entrepreneuriale.

Théoriquement, l'intention est plus forte que l'acte de création d'entreprise. L'intention est perçue comme une action désirable et faisable. Ajzen.I (1991) a défini l'intention entrepreneuriale comme étant un indicateur « de la volonté à essayer, de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon ». À travers sa théorie du comportement planifié Ajzen.I (1991), parle d'attitude plus ou moins favorable qu'à une personne envers ce choix. La faisabilité entrepreneuriale fait référence au degré avec lequel il pense pouvoir mener à lancer une propre entreprise. Ainsi, cette théorie est davantage propice aux comportements contrôlés par l'être humain et aux comportements pour lesquels il existe un court décalage temporel entre l'intention et le passage à l'action.

À travers la théorie du comportement planifié, Ajzen.I (1991) a précisé que l'intention est déterminée essentiellement par trois facteurs, à savoir : l'attitude envers le comportement (spécifié par l'existence d'une idée ou d'un projet de création plus ou moins formalisé), la perception des normes sociales (il s'agit ici de la perception de la pression sociale, c'est la perception du comportement de l'étudiant par son réseau social) et le contrôle perçu (qui implique la perception des opportunités, des disponibilités des ressources et des compétences indispensables permettant d'accomplir l'action).

Cependant, l'utilisation de ce modèle demeure indispensable pour connaître les représentations des étudiants et de reconnaître à quels niveaux ils peuvent se placer d'éventuels blocages à l'entrepreneuriat. Dans ce contexte restreint, la théorie du comportement planifié sollicite que l'intention d'un individu d'agir d'une certaine façon est déterminée par son attitude envers cette action, sa perception des normes sociales et par le contrôle perçu qu'il pense avoir sur la situation. Ces variables sont clarifiées en termes des croyances qui de leur part caractérisent les informations qu'un individu possède sur son environnement. Ces croyances sont les résultats du fusionnement des facteurs personnels et contextuels.

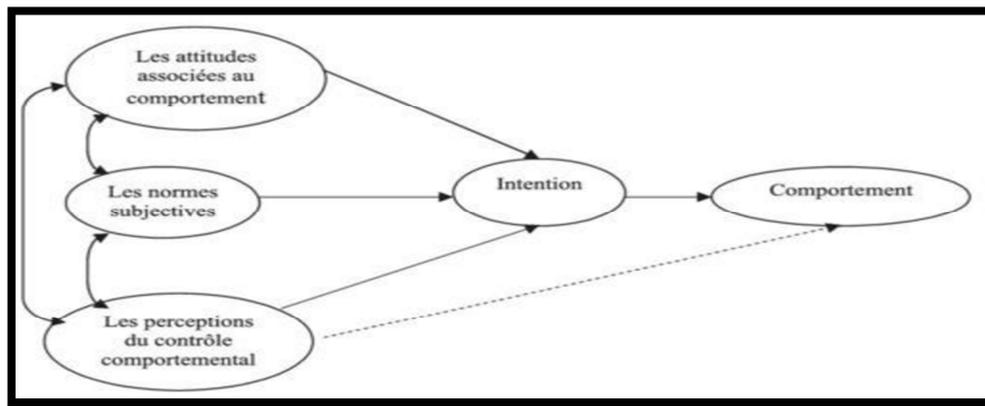


Figure 1 : La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991 : 182)

Dans le même contexte, Shapero.A et Sokol.L (1982) affirmaient que "the social and cultural factors that enter into the formation of entrepreneurial events are most felt through the formation of individual value systems. More specifically, in a social system that places a high value on the formation of new ventures, more individuals will choose that path More diffusely, a social system that places a high value on innovation, risk-taking, and independence is more likely to produce entrepreneurial events than a system with contrasting values".

Shapero.A et Sokol.L, qui ont été les pionniers de l'approche de l'intention dans le champ de l'entrepreneuriat, ont conceptualisé un modèle qui reste selon BEGLEY. T.M et alii (1997) le point de référence "the reference point" dans les recherches en entrepreneuriat. Ce modèle permet d'expliquer pourquoi certains individus tentent l'aventure entrepreneuriale alors que d'autres préfèrent des carrières plus traditionnelles (restent des salariés). Autrement dit, ce modèle a permis d'expliquer le choix entrepreneurial.

Dans le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero.A et Sokol.L (1982), le système de valeurs se construit par l'influence de la culture, de la famille, des pairs, et des contextes professionnels et scolaires qui se construisent par l'influence de la famille. Particulièrement, les parents jouent le rôle le plus important dans la formation de la désirabilité. Tandis que la faisabilité se construit sur les perceptions des variables de soutien et d'aides des différentes natures, autrement dit la faisabilité fait référence à l'accès aux ressources financières, relationnelles et humaines. Ainsi, la disponibilité des ressources financières influence directement la propension à entreprendre. De même, l'environnement peut être un élément facilitateur ou au contraire inhibant. Ainsi, la structure schématique du modèle du SHAPERO se trouve résumée par la figure 2 qui évoque que la désirabilité perçue et la faisabilité perçue sont plus importantes pour l'intention entrepreneuriale.

Shapero.A et Sokol.L (1982) ont modélisé la formation de l'événement entrepreneurial en évaluant trois groupes de facteurs qui marquent des changements dans les trajectoires de vie des individus et sont à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial, à savoir :

- Les déplacements négatifs tels que le divorce, l'émigration, l'insatisfaction au travail...
- Les déplacements positifs tels que la famille, le consommateur...
- Les situations intermédiaires telles que la sortie de l'armée, de l'école, de prison...

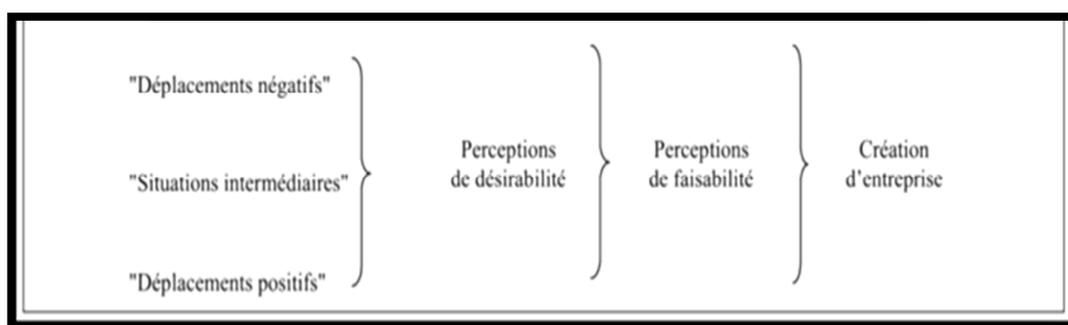


Figure 2 : La formation de l'événement entrepreneurial (Shapero.A et Sokol.L, 1982 : 83)

Ainsi, plusieurs autres recherches se sont intéressées par la problématique de l'intention entrepreneuriale comme Ajzen.I et Fishbein.M, (1980) qui ont réussi à discriminer deux types d'intentions : « the intention to perform a given behavior » et « the choice intention », cette dernière se réfère au choix entre la poursuite d'une trajectoire entrepreneuriale ou d'une trajectoire salariale. Alors que le « intention to perform a given behavior » se définirait comme la possibilité pour une personne de diriger un processus de création d'une entreprise, Ajzen définirait ce type d'intention dans une perspective conative.

Krueger. N.F et Carsrud. A.L (1993) sont les premiers qui ont appliqué la théorie d'Ajzen.I (1991) dans l'explication de l'intention entrepreneuriale. À travers le modèle de Krueger, N., and Carsrud, A. (1993), l'intention constitue un prédicateur unique des comportements entrepreneuriaux. Le but principal de ces chercheurs est de prouver qu'un modèle largement utilisé en psychologie sociale peut trouver un domaine d'application dans le champ de l'entrepreneuriat. En se basant sur le modèle de Shapero, Krueger.N.F (1993), il paraît clair que l'intention entrepreneuriale constitue le résultat de deux Meta-variables qui sont la désirabilité et la faisabilité perçues. De sa part, Davidsson.P (1995) prouve que l'intention entrepreneuriale est déterminée essentiellement par la conviction personnelle qu'une carrière d'entrepreneur est une alternative préférable pour soi. CRANT. J.M. (1996), prévoit que l'intention entrepreneuriale est définie par les "jugements" de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise. Alors que NEVEU. J.-P. (1996), estime que "l'intention représente une étape nécessaire au cheminement motivationnel vers le comportement".

Krueger.N.F (1993) à travers ses enquêtes a constaté que Shapero.A ne fait pas référence à l'intention. Krueger.N.F est l'un des chercheurs les plus passionnés par les modèles de l'intention entrepreneuriale, a proposé d'insérer le phénomène de l'intention dans le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero.A. et Sokol (1982). Krueger.N.F et al (2000) prouvent que les modèles théoriques qui traitent l'intention entrepreneuriale accordent des opportunités significatives permettent de mieux expliquer le phénomène entrepreneurial et d'accroître les expériences et les compétences des chercheurs au niveau du comportement entrepreneurial.

La majorité des ouvrages examinant l'intention entrepreneuriale font référence aux modèles de l'évènement entrepreneurial de Shapero et à la théorie du comportement planifié d'Ajzen. Cette dernière introduit l'influence des normes sociales sur l'intention individuelle, ce qui fait l'objet de nombreuses critiques récentes. Cependant, plusieurs sont les recherches qui prouvent que la norme sociale n'était pas un déterminant significatif de l'intention de se lancer en affaires (tels que Boissin et Emin (2006), Boissin et al, (2005)...).

Dans cet article, nous sommes intéressés uniquement par le modèle de l'évènement entrepreneurial et la théorie du comportement planifiée d'Ajzen. Selon ces deux modèles, l'intention de créer une entreprise est perçue comme une action faisable et désirable.

3 UNE COMPARAISON DES ETUDES MENEES SUR LES MODELES D'INTENTIONS ENTREPRENEURIALES SUR UNE POPULATION ETUDIANTE

Plusieurs sont les chercheurs qui ont appliqué des modèles de l'intention entrepreneuriale telle que : Krueger et Carsrud (1993), Davidsson, (1995), Kolvereid, (1996), Krueger et al,(2000), Linan, (2008), Neveu J.-P (1996), Audet (2001)... Cependant, un nombre important de ses enquêtes s'intéressent précisément de la population étudiante. Kolvereid (1996), à travers son enquête réalisée au Norvège sur un échantillon de 128 étudiants, prouvait que l'intention de se lancer dans une propre affaire est significativement corrélée à l'attitude, à la norme sociale et au contrôle perçu. Or, la perception de contrôle et de la norme sociale constituent deux variables plus importantes que l'attitude dans la formation de l'intention. En conséquence, Ajzen.I (1991) a défendu ces résultats et prouve que ces variables n'ont qu'un effet indirect sur les intentions. Dans le même contexte Kolvereid.L (1996) ont dégagé des résultats semblables à travers leur enquête réalisée sur 567 étudiants de la Russie (c'est-à-dire que 45 % de la variance de l'intention sont expliqués).

De leurs parts, Krueger.N et al. (2000), à travers leurs enquêtes prouvaient que la norme sociale n'a pas d'effet significatif sur l'intention de se lancer en affaires. De même, leurs travaux résultent que l'attitude explique plus que la faisabilité perçue la variance de l'intention.

Aussi, Audet.J (2001) a réalisé une enquête similaire au sein de l'université Concordia sur un échantillon de 150 étudiants de la troisième année, cette enquête a révélé que la désirabilité et la faisabilité perçues expliquent mieux les intentions lorsque la réalisation de l'acte entrepreneuriale serait à long terme (cette enquête montre que la variation de l'intention à long terme de démarrer une entreprise présente 53% alors que la variation de l'intention à court terme présente seulement 26%).

De leurs parts, Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P., & Watson, B. (2003) ont élaboré une étude en Australie sur un nombre important d'étudiants, soit 1075 personnes, et prouvent que la désirabilité, la norme sociale et la faisabilité représentent presque 53% de la variance de l'intention de créer une propre affaire. Contrairement aux enquêtes élaborées par Kolvereid.L (1996) et Ajzen.I (1991), et conformément à l'enquête de Audet(2001), il paraît clair que la désirabilité constitue la variable la plus importante.

En effet, la similitude des résultats de ses enquêtes souligne la validité des modèles d'intention pour expliquer la création d'entreprise. Néanmoins, le poids de chaque variable se diffèrent d'un pays à un autre et d'un contexte à un autre.

4 L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DANS DES CONTEXTES DIFFERENTS

4.1 L'INTENTION ENTREPRENEURIALE EN ASIE

Nous nous intéressons ici par la Chine où Moy, W.H., & Luk, W.M. (2008) ont suivi une enquête sur l'exploration de l'intention de choix de la carrière des diplômés chinois à travers l'expansion d'un modèle basé psychologiquement de la création des nouvelles entreprises. Ce modèle englobe les personnes, le processus et le choix. Ainsi, ce modèle d'intégration permet de mieux comprendre la complexité de l'intention de choix de carrière dans les pays développés aussi que dans les économies en développement. Cette enquête a révélé que le sexe et le rôle des parents ont eu un effet positif sur l'intention de choix de carrière avec l'auto-efficacité entrepreneuriale significative et partiellement médiée par leurs relations. Ainsi, la vigilance entrepreneuriale a été retrouvée pour modérer la relation entre certains sous-éléments de l'auto-efficacité et l'intention de choix de carrière. En outre, ces chercheurs ont suggéré que la formation sur l'amélioration de la réactivité et de la vigilance aux opportunités entrepreneuriales contribuera à promouvoir une culture entrepreneuriale chez les diplômés.

De même, Ariff, et al (2010) ont examiné la relation entre les attitudes, les normes sociales et le contrôle perçu sur l'intention des étudiants Malaisiens à devenir des entrepreneurs. Les résultats indiquent que l'attitude, les normes sociales et le contrôle perçu ont influencé l'intention des étudiants de s'engager dans l'entrepreneuriat. Parmi les trois déterminants de l'intention, le contrôle perçu est apparu comme le facteur le plus fort qui a influencé l'intention entrepreneuriale. En outre, Ariff, et al (2010) ont suggéré que le modèle de la théorie du comportement planifié est bien adapté pour les recherches de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cependant, le modèle peut être encore amélioré en tenant compte d'autres facteurs éventuels tels que la promotion. Or, les activités de promotion peuvent influencer l'attitude et le comportement à travers la communication de l'information basée sur une vue particulière.

4.2 L'INTENTION ENTREPRENEURIALE EN EUROPE

En Espagne, Linan.F (2008) a étudié la perception des compétences et la valeur de l'intention entrepreneuriale. Il a commencé par l'approche de la théorie du comportement planifié d'Ajzen.I pour tester le rôle des différentes perceptions sur l'intention de l'individu de devenir un entrepreneur. Cette enquête a tenté de tester l'influence possible des perceptions sociales et des compétences sur les facteurs de motivation qui déterminent l'intention entrepreneuriale. Linan.F (2008) a conclu que les perceptions des compétences entrepreneuriales ont eu un effet significatif sur les trois constructions de motivations considérées (l'attraction personnelle, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu). Par conséquent, les compétences en développement tel que la reconnaissance d'opportunité, la créativité, la résolution des problèmes, le leadership et la communication, l'innovation et le réseautage sont nécessaires pour la réussite des entreprises. En outre, ce chercheur a suggéré que l'insertion des matières spécifiques dans le système éducatif serait une action politique évidente.

En Ukraine, Solesvik.M (2007) a examiné les intentions de devenir un entrepreneur chez les étudiants Ukrainiens. Son enquête s'appuie sur la théorie du comportement planifié (TCP), la théorie de l'auto-efficacité et la prise de risque de la recherche. Ce chercheur a conclu que les individus sont poussés à l'entrepreneuriat par l'auto-efficacité entrepreneuriale, la propension à la prise de risque, les attitudes, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu. En outre, il a constaté qu'il existe un niveau élevé des intentions de devenir entrepreneur spécifiquement chez les étudiants dont les parents ont un esprit d'entreprise. Ceci peut être expliqué par l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue plus élevée chez les étudiants ayant des parents indépendants réussis et par la possibilité de rejoindre une entreprise familiale.

4.3 L'INTENTION ENTREPRENEURIALE EN AFRIQUE

En Afrique du Sud, Olufunso.O.F (2010) a étudié l'intention entrepreneuriale des diplômés Sud-Africains ainsi que les facteurs de motivation et les obstacles à l'intention entrepreneuriale. Les résultats de cette étude ont prouvé que l'intention entrepreneuriale est très faible en Afrique du Sud. En outre, les facteurs de motivation de l'intention entrepreneuriale comprennent l'emploi, l'autonomie, la créativité, la macroéconomie et le capital. Les obstacles liés à l'intention entrepreneuriale des diplômés sont notamment le manque d'accès aux capitaux, le manque des compétences, le manque du soutien du gouvernement, le risque et la macro-économie. Ce chercheur a suggéré que l'enseignement entrepreneurial est nécessaire pour améliorer les compétences et les connaissances des étudiants. Ainsi, les compétences entrepreneuriales se manifestent principalement à la créativité, l'innovation, la prise de risque et la capacité à interpréter des modèles d'entrepreneurs réussis et à l'identification des opportunités. Aussi, il a recommandé que les étudiants doivent aller à des équipements industriels pendant au moins un an au cours de leurs études afin de gagner des affaires et des expériences techniques.

Afin de favoriser l'entrepreneuriat au sein des universités Sud-Africaines, les établissements d'enseignement supérieur devraient introduire et renforcer l'enseignement entrepreneurial. Lorsqu'un étudiant soit orienté dans l'entrepreneuriat à un âge précoce, il devient plus capable de développer des entreprises prospères. En outre, les diplômés devraient être encouragés à prendre l'entrepreneuriat comme une carrière plutôt que de dépendre du gouvernement à des offres d'emploi limitées. Ainsi, les réglementations excessives et complexes devraient être desserrées dans le cas de la première immatriculation pour les entreprises. Ceci encouragera les individus ou les étudiants diplômés à s'inscrire à tout type d'entreprise et à entreprendre. Aussi, la nécessité de l'organisation d'une journée de sensibilisation à l'entrepreneuriat qui permet aux diplômés d'avoir l'accès aux informations sur la façon d'immatriculation d'une entreprise et tout ce qui est nécessaire pour l'inscription et combien il en coûte pour pouvoir enregistrer une entreprise.

Dans le contexte Tunisien, les pédagogies entrepreneuriales tentent à consolider les intentions, les aptitudes et les capacités des universitaires relatives à l'entrepreneuriat en leur accordant davantage d'indépendances et de responsabilité dans le processus d'apprentissage et plus particulièrement en développant les expériences, l'apprentissage réflexif et en appliquant des méthodes d'apprentissage collectives et coopératives. Ainsi, la mise en place d'un centre des ressources nationales serait primordiale et la nécessité du suivi du modèle français de l'Observatoire des Pratiques Pédagogiques en Entrepreneuriat (OPPE) qui expose un système d'information en ligne des pratiques pédagogiques qui sont accessibles pour les enseignants, les chercheurs, les étudiants et les autres organisations concernées par l'éducation entrepreneuriale. Ce centre pourrait être relié au ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, son objectif principal serait donc de participer plus largement à l'utilisation renforcée des pédagogies entrepreneuriales. L'avantage du centre des ressources nationales est de rassembler les connaissances et les équipements pédagogiques actuellement utilisés en Tunisie et les mettre à la disposition des individus concernés par l'enseignement de l'entrepreneuriat tel que les étudiants, les enseignants... Ce centre pourrait constituer des liens avec des initiatives de bonnes pratiques en Tunisie et dans d'autres pays et de disposer des événements et des services en ligne dans le but d'échanger des approches nouvelles et innovatrices dans l'éducation entrepreneuriale.

En Tunisie un certain nombre d'universités tentent d'introduire des cours et des centres d'entrepreneuriat, leur mission principale consiste à favoriser les intentions entrepreneuriales des étudiants et à améliorer le taux de réussite des créateurs des entreprises. À l'échelle internationale, l'entrepreneuriat connaît une évolution et une mutation rapide dans ses structures et dans ses pédagogies. De ce fait, les universités prennent en charge des nouvelles responsabilités en évoluant vers un moteur considérable du développement économique. Ainsi, les universités sont impliquées davantage dans l'orientation et la formation des compétences et des qualifications stratégiques et fonctionnelles nécessaires à l'entrepreneuriat et dans la mise à disposition des services supplémentaires à savoir le coaching, les pépinières et l'investissement.

5 LA MOTIVATION ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : LA CREATION DU MODELE

Traditionnellement, les motivations ont été étudiées afin de répondre à trois types de questions: ce qui active l'individu, ce qui lui incite à choisir une chose plutôt qu'une autre, pourquoi les différentes personnes réagissent différemment aux mêmes stimuli. Ces questions donnent lieu à trois aspects importants de la motivation: l'activation, la sélection de la direction, et la préparation de la réponse (Perwin.L, 2003). Nuttin.J (1984) a défini la motivation comme: "l'aspect dynamique et directionnelle du comportement". De leur part, Gartner, W. B. – Bird, B. J. – Starr, J (1992) caractérisent la motivation entrepreneuriale en tant qu'une force résidente chez les individus qui animent l'entrepreneuriat vers et à travers le processus de croissance et d'émergence des entreprises. En ce référent à Robbins, S.P (2001), la motivation constitue la

volonté d'exercer un niveau persistant et élevé des efforts vers des objectifs organisationnels conditionnés par la capacité des efforts visant à satisfaire certains besoins individuels. Ainsi, les éléments-clés de cette définition sont l'intensité des efforts, la persistance, la direction vers des objectifs et des besoins organisationnels. Robbins, S. P. & Decenzo D,(2001) a aussi déclaré que la motivation est le résultat des interactions entre l'individu et les situations. Certainement, chaque individu a des motivations et des stratégies de motivation différentes, mais elles varient selon les personnes, les situations et les cultures.

Ainsi, les théories des motivations existantes peuvent être moins divisées dans les théories d'entraînement et les théories d'incitation. Les théories d'entraînement suggèrent qu'il existe un stimulus interne, par exemple la faim ou la peur, alors que les théories d'incitation mettent l'accent sur l'attraction des mesures de motivation et d'incitation, autrement dit, elles se concentrent sur les buts qui tirent l'individu vers lui, comme la motivation d'accomplissement. En d'autres termes, dans les théories d'entraînement ce sont les facteurs d'incitation qui dominent, tandis que dans les théories d'incitation les facteurs d'attraction dominent.

L'approche cognitive à la psychologie de la personnalité a mis l'accent sur les facteurs d'attraction et le caractère incitatif des motivations (Perwin.L, 2003). En outre, la motivation peut être intrinsèque et/ou extrinsèque. La motivation intrinsèque se réfère à un intérêt personnel à la tâche (comme par exemple la motivation d'accomplissement), ce type de motivation comporte une part importante des besoins de l'auto-développement et de la réalisation de soi. Alors que la motivation extrinsèque se réfère à une récompense externe qui suit certains comportements (Perwin.L, 2003). Cependant, les motivations intrinsèques et les motivations extrinsèques ne sont pas mutuellement exclusives vu qu'une personne peut être motivée par les deux pour accomplir un seul acte. Il existe une différence significative entre les récompenses intrinsèques et les récompenses extrinsèques. Ainsi, tous les employés du secteur privé préfèrent des récompenses extrinsèques que les récompenses intrinsèques. Cependant, les variables personnelles telles que le sexe, l'état matrimonial, l'âge, l'éducation, le statut, le revenu mensuel, la taille de la famille, le statut d'emploi de la famille, et le revenu annuel total de la famille semblent être indépendante du niveau de récompenses.

Comme il est indiqué lors de la recherche sur les différents types des motivations, nous ne pouvons comprendre le comportement d'un individu que lorsque nous l'avons mis dans un contexte précis. Ainsi, nous devons examiner comment il perçoit sa position initiale et quels sont les objectifs qu'il définit.

Cependant, la motivation n'est pas un état statique: les motivations des individus changent tout au long de leur vie. La motivation constitue une chose quelconque qui est lancée pour une raison et qui peut se poursuivre pour un autre. Être capable de changer les objectifs et les motivations constitue en réalité un moyen permettant aux individus de s'adapter aux changements de la situation. À travers ses recherches, Nuttin.J (1984) précise que la motivation est façonnée dans le contexte de l'environnement individuel. Si les facteurs environnementaux changent, les individus doivent être capables de changer leurs motivations afin de faire face et de donner un sens à la nouvelle situation.

La décision de l'individu de devenir un entrepreneur est parfois supposée dépendre des traits de personnalité: «si vous avez le profil de personnalité propre, vous allez devenir un entrepreneur, tôt ou tard.», c'est ce que Shaver.K et Scott.L (1991) appellent l'approche «personnologique». Krueger, Reilly&Carsrud, (2000) ont constaté que le comportement entrepreneurial pourrait être considéré comme un type de comportement planifié pour lequel les modèles d'intention sont idéalement pratiques et dans lequel le comportement prévu indique que la création d'une nouvelle entreprise exige du temps et nécessite à la fois une planification considérable et un haut degré de traitement cognitif.

En outre, la théorie du comportement planifié (Ajzen.I, 1991) est devenue le cadre théorique le plus fréquemment utilisé dans les études récentes de l'intention entrepreneuriale. Cette théorie se concentre sur l'interaction entre les facteurs sociaux et les facteurs personnels, et aussi sur l'intention qui est considérée comme la fonction de l'attitude à l'égard du comportement, de la norme subjective et du contrôle perçu.

Velnamy.T,(2006), à travers son enquête qui porte sur la perspective organisationnelle, a révélé que le niveau perçu des récompenses chez les employés du secteur privé est en haut niveau. Or, ses employés accordent plus d'importance aux salaires, aux prestations de retraite, aux promotions, aux rémunérations liées à la performance et aux tâches difficiles.

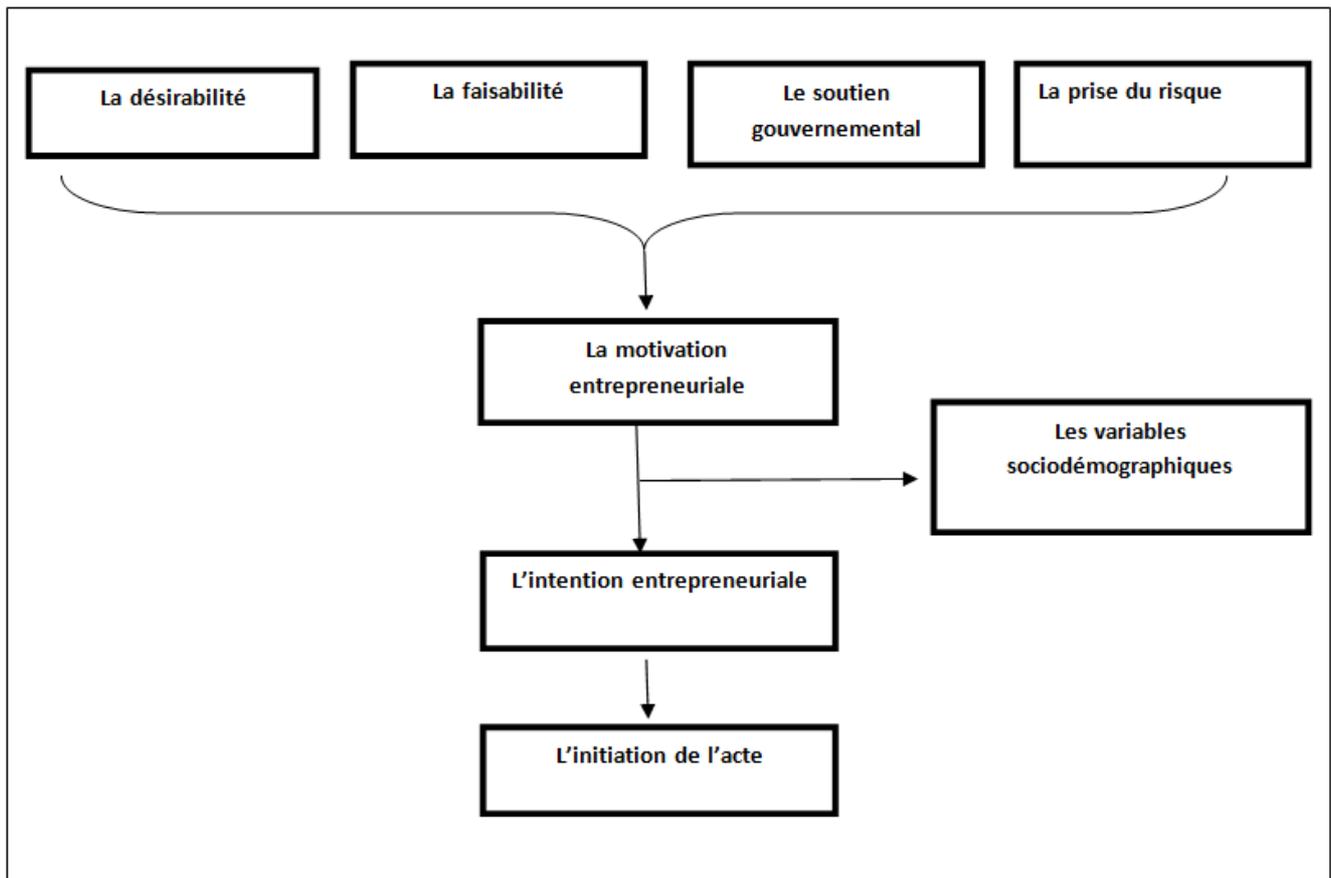


Figure 3 : Modèle de l'intention entrepreneuriale pour une carrière entrepreneuriale

Source: développé par les chercheurs

Dans ce modèle nous choisissons comme toile de fond le modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale de Shapero, A. et Sokol, L (1982). Nous arrivons au constat que pour comprendre l'intention entrepreneuriale, il est indispensable de présenter et d'examiner les concepts principaux qui sont la désirabilité, la faisabilité, la prise de risque et le soutien gouvernemental.

Dans les travaux de Shapero, A. et Sokol, L (1982), la faisabilité fait référence au degré avec lequel un individu pense pouvoir mener à bien les actions nécessaires pour créer une entreprise. Alors que, la désirabilité décrit le degré d'attrait qu'un individu ressent envers la création d'une entreprise. Les déterminants de la désirabilité sont l'attitude et les normes sociales. Cette dernière représente la perception du comportement de l'étudiant par son réseau social (tel que sa famille, ses amis, ses connaissances...). Alors que l'attitude, implique le degré d'évaluation, favorable ou défavorable, que l'individu forme envers un comportement, autrement dit c'est le désir de création qui est apprécié comme le déterminant de l'intention. Ce désir traduit le degré d'engagement dans l'intention.

McMullen, J., & Shepherd, D. (2006) ont énoncé que l'incertitude, en tant que courant de recherche dans la littérature de l'entrepreneuriat, a pris deux trajectoires. Le premier concerne le niveau d'incertitude d'un avenir inconnu pour les personnes qui décident d'agir ou non (Gaglio, C.M., & Katz, J, 2001). Le deuxième est le plus populaire chemin, concerne le point de vue de la volonté d'un individu à supporter l'incertitude en tant qu'attitude envers la prise de risque. De toute façon, McStay.D, (2008) considère que tout individu exige des connaissances (qui leur permettent d'évaluer le niveau de l'incertitude) et des motivations (comme une volonté de supporter l'incertitude). De leurs parts, Lundström, A., & Stevenson, L (2005) affirment que le raisonnement du gouvernement pour soutenir l'entrepreneuriat devrait être basé sur le renforcement de la motivation, des opportunités et des compétences.

Le soutien du gouvernement est également perçu la variable prédictive la plus importante pour prédire l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Par conséquent, elle a suggéré que les responsables gouvernementaux doivent assurer

le soutien financier, les services consultatifs, l'assistance technique, ainsi que les programmes de sensibilisation et de formation destinés aux étudiants. Dans ce contexte, Smallbone, D., & Welter, F. (2001) identifient cinq types d'intervention par lesquelles le gouvernement influence l'entrepreneuriat, à savoir :

- L'influence du gouvernement sur l'environnement d'affaires au niveau macroéconomique.
- L'impact différentiel de la législation et de la réglementation sur les entreprises nouvelles et établies.
- Le rôle du gouvernement dans le développement de la capacité institutionnelle, tels que les banques et les fournisseurs de services aux entreprises.
- Les mesures et les programmes d'appui direct conçus pour assister les nouveaux entrepreneurs et les petites entreprises à surmonter les désavantages liés à leur taille réduite.
- La valeur que le gouvernement et la société accordent aux entreprises et à l'entrepreneuriat dans la société.

Dans ce modèle, les variables sociodémographiques ont été utilisés comme des variables modératrices (telles que le genre, l'âge, le statut, l'éducation, la famille, les proches...). Timmons J.A., (1994) a accordé une importance sur le rôle de la famille. Or, les individus ayant des parents indépendants et entrepreneurs sont davantage impliqués à démarrer leur propre entreprise.

RECOMMANDATION

L'entrepreneuriat constitue le processus d'utilisation des initiatives privées assurant la transformation du concept d'affaire en une nouvelle entreprise, ainsi que le développement et la diversification d'une entreprise existante ou d'une entreprise ayant un potentiel de croissance élevé. Cependant, les entrepreneurs ont besoin d'identifier les opportunités, de saisir l'innovation, de mobiliser de l'argent et des compétences de gestion, et de prendre les risques pour ouvrir des marchés des nouveaux produits et services. Il est évident que l'entrepreneuriat est importante pour la croissance économique, la productivité, l'innovation et l'emploi, ce qui incite plusieurs pays à s'engager dans la voie de l'entrepreneuriat et donc la considérée comme une priorité politique explicite.

La mondialisation remodelée le paysage économique international et les changements technologiques ont créé une grande incertitude dans les économies mondiales. Ainsi, l'entrepreneuriat a attiré l'attention supplémentaire dans la crise économique, puisqu'elle est largement perçue comme un aspect fondamental de dynamisme économique. Elle apparaît alors pour offrir des moyens permettant à relever les nouveaux défis économiques, sociaux et environnementaux.

CONCLUSION

En se basant sur la création du modèle, la motivation entrepreneuriale est considérée comme le facteur essentiel pour l'amélioration de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants au niveau mondial. Les chercheurs ou les universitaires dans le domaine de l'entrepreneuriat peuvent utiliser ce modèle pour prédire l'influence de la motivation entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale.

REFERENCES

- [1] Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [2] Ajzen, I. (1991). "Theory of planned behavior": *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- [3] Ariff, A.H.M., Bidin, Z., Sharif, Z., & Ahmad, A. (2010). "Predicting entrepreneurship intention among malay university accounting students in malaysia": *European Journal*, 6, 1-10.
- [4] Audet, J. (2001), « Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois : seront-ils des entrepreneurs demain ? », *Cahier de recherche de l'Université du Québec à Trois-Rivières, Département de la science et de la gestion de l'économie*, CR-01- 13.
- [5] Begley T.M, Wee-Liang T, Larasati A.B, Rab A, Zamora E, Nanayakkara G,(1997) "The relationship between socio-cultural dimensions and interest in starting business : a multi-country study", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.
- [6] Boissin J-P., Chollet B., Emin S. (2005), « *Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat - Eléments d'analyse pour l'action* », Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 5-8 juin, Angers, France.
- [7] Boissin J.P, Emin S. (2006), « *les étudiants et l'entrepreneuriat: l'effet des formations* », Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 14-16 juin, Annecy, France.

- [8] Chandler, G & Lyon, D. (2001). *"The Past Decade, Entrepreneurship Theory and Practice"*, Issues of Research Design and Construct Measurement in Entrepreneurship Research: 101-116.
- [9] Crant J.M, *"The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions"*, Journal of Small Business Management, 1996, vol. 34, n° 3, p. 42-49.
- [10] Davidsson.P (1995), *"Determinants of entrepreneurial intentions"*, RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, nov. 23-24.
- [11] Fillion.L.J (1997), *«Le champ de l'entrepreneuriat; Historique, Evolution et Tendances»*, Revue Internationale PME, pp. 129-172.Vol 10, n° 2
- [12] Gaglio, C.M., & Katz, J. (2001) *"The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness"*, Small Business Economics, 16 (2), 95-111.
- [13] Gartner, W. B. – Bird, B. J. – Starr, J. (1992) *"Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior"*. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 16, No: 3, 13–32.
- [14] Gustafsson, V. (2004). *"Entrepreneurial decision-making. Individuals, tasks and cognitions"* (Vol. 22). Jonkoping International Business School.
- [15] Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P., & Watson, B. (2003). *"Situational factors and entrepreneurial intentions"*. *16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*, 28 septembre-1er octobre.
- [16] Kirzner, I.M. (1979). *Perception, opportunity and profit: Chicago*, University of Chicago Press.
- [17] Kolvereid, L. (1996). *"Prediction of employment status choice intentions"*. *Entrepreneurship Theory & Practice*, automne, 47-57.
- [18] Krueger, N.F. (1993), *"The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability"*, *Entrepreneurship Theory & Practice*, (Fall), 5-20.
- [19] Krueger, N., and Carsrud, A.(1993). *"Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior"*. *Entrepreneurship and Regional Development* 5:315–330.
- [20] Krueger, N, Reilly, M. &Carsrud, A. (2000). *"Competing models of entrepreneurial intentions"*: *Journal of Business Venturing*, 15, 411-532.
- [21] Landstrom, H. (2005). *"Pioneers in entrepreneurship and small business research: International studies in entrepreneurship"*, Springer Science and Business Media.
- [22] Linan, F. (2008). *"Skill and value perception: How do they affect entrepreneurial intention?"*: *International Entrepreneurship Management Journal*, 4, 257-272.
- [23] Lundström, A., & Stevenson, L. (2005). *"Entrepreneurship policy : theory and practice"*. Boston, Mass.: Springer.
- [24] McMullen, J. , & Shepherd, D. (2006). *"Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur"*: *Academy of Management Review*, 31 (1), 132-152.
- [25] McStay, D. (2008). *An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience: School Of Business, Bond University, Australia.*
- [26] Moy, W.H., & Luk, W.M. (2008). *"A psychological based investigation of entrepreneurial career choice intent in china"*: Hong Kong Baptist University.
- [27] NEVEU J.-P.(1996), *"La Démission du Cadre d'Entreprise : Etude sur l'Intention de Départ Volontaire "*, Economica, Paris, 181 pages.
- [28] Nuttin, J. (1984). *"Motivation, planning, and action: A relational theory of behavior dynamics"*. Leuven: Leuven University Press & Lawrence Erlbaum Associates.
- [29] Olufunso,O.F. (2010). *"Graduate entrepreneurial intention in south africa: Motivation and Obctacles"*: *International Journal of Business and Management*, 5(9), 87-98.
- [30] Perwin, L. (2003). *The Science of Personality*. Oxford: Oxford University Press.
- [31] Robbins, S.P. (2001). *"Organizational Behaviour"*. 9 th edn. Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall.
- [32] Robbins, S. P. & Decenzo D,(2001). *"Fundamentals of Management: essential concepts and applications"* (3rd Ed). New Jersey: Prentice Hall.
- [33] Shapero, A. and Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship: In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship (pp.72-90).*
- [34] Shaver, K. & Scott, L. (1991). *Person, Process, Choice: "The Psychology of New Venture Creation, Entrepreneurship Theory and Practice"* 16 (2): 23- 45.
- [35] Smallbone, D., & Welter, F. 2001. *"The Role of Government in SME Development in Transition Economies"*. *International Small Business Journal*, 19(4): 63-77.
- [36] Solesvik, M. (2007). *"Attitudes towards future career choice"*: Stavanger Center for Innovation Research, University of Stavanger Norway.
- [37] Timmons J.A., (1994), *New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century*, Chicago, Irwin.
- [38] Tkachev, A., Kolvereid, L. (1999). *"Self-employment intentions among Russian students"*. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11, 269- 280.

- [39] Tounés A., " *L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac + 5) et des étudiants en DESS CAA E* », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, décembre 2003, 459 pages.
- [40] Velnampy, T. (2006). " *A Study on Incentives and work motivation of public sector organizations in Sri Lanka* ", Journal of Annamalai Business Review.