

## L'influence de l'autoefficacité et l'autodétermination sur l'intention entrepreneuriale des étudiants

### [ The influence of self-efficacy and self-determination on students' entrepreneurial intention ]

Melhaoui Issam<sup>1</sup> and Chetouani Sarah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Enseignant chercheur, Université Mohammed Premier, Ecole Supérieure de Technologie, Oujda, Morocco

<sup>2</sup>Enseignante chercheuse, Université Abdelmalek Essaadi, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Tanger, Morocco

Copyright © 2023 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:** The objective of the present work is to examine the influence of the motivational factors of the self-determination theory, as well as the individual characteristics presented in the framework of the self-efficacy theory on the entrepreneurial intention of students. More precisely, the objective is to understand if the different types of motivation (intrinsic and extrinsic) influence entrepreneurial intention differently, and more globally the influence of psychosociological factors in the explanation and formation of entrepreneurial behavior. The theoretical outcome of this work takes the form of a theoretical model that presents this relationship in accordance with social-cognitive theory.

**KEYWORDS:** Entrepreneurial intention, Entrepreneurial behavior, Self-determination, Self-efficacy, entrepreneurial education.

**RESUME:** L'objectif du présent travail est d'examiner l'influence des facteurs motivationnels de la théorie de l'autodétermination, ainsi que les caractéristiques individuelles présentées dans le cadre de la théorie de l'auto efficacité sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Plus précisément, l'objectif est de comprendre si les différents types de motivation (intrinsèque et extrinsèque) influencent différemment l'intention entrepreneuriale, et plus globalement l'influence des facteurs psychosociologiques dans l'explication et la formation d'un comportement entrepreneurial. L'aboutissement théorique de ce travail se présente sous forme d'un modèle théorique qui présente cette relation conformément à la théorie sociocognitive.

**MOTS-CLÉS:** Intention entrepreneuriale, Comportement entrepreneurial, Autodétermination, Autoefficacité, éducation entrepreneuriale.

### 1 INTRODUCTION

De nos jours, le paysage des études supérieures a changé, sous l'influence de la mondialisation et des changements socio-économiques, l'entrepreneuriat est devenu un des leviers majeurs à la création de l'emploi et de la richesse.

L'intervention des sciences de l'éducation dans le champ de l'entrepreneuriat est actuellement un facteur indispensable pour la société et pour les étudiants en particulier. Il semble donc important d'œuvrer pour instaurer une logique entrepreneuriale et rendre le dispositif éducatif plus performant en termes de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat.

Théoriquement, tout acte entrepreneurial est précédé comme l'explique (Ajzen, 1991) par l'intention entrepreneuriale des étudiants qui repose à son tour sur trois éléments essentiels (attitudes des étudiants, normes sociales et le contrôle qu'ils pensent avoir sur la situation) conformément à la théorie du comportement planifié.

Plusieurs déterminants d'ordres sociales, psychologiques et économiques peuvent influencer l'intention entrepreneuriales des étudiants. Dans le cadre de ce travail, nous nous intéressons particulièrement à l'influence de la théorie de l'autoefficacité (Bandura, 2003) et l'autodétermination (deci & ryan, 2002) sur l'intention entrepreneuriale (ajzen, 1991). Rare sont les recherches qui s'intéressent à cette relation dans le contexte universitaire marocain.

L'objectif de ce travail est donc de présenter un modèle théorique qui s'intéresse à la relation de l'autoefficacité et l'autodétermination sur l'intention entrepreneuriale dans un paradigme sociocognitif et dans un cadre qui englobe les étudiants universitaires.

## 2 CADRE THEORIQUE SUR L'ENTREPRENEURIAT

### 2.1 DÉFINITION ET OBJET DE L'ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat est un concept multidimensionnel qui s'est développé assez largement dans le temps sans aboutir à un consensus théorique sur la définition. En effet, comme champ de recherche et d'intervention, l'entrepreneuriat relève de plusieurs disciplines telles que la sociologie, l'économie et la psychologie. Il en résulte que cette diversité théorique renvoie à des situations tellement hétérogènes qu'il est vain de se limiter à une seule définition (Farhat Dalhoum, 2016; Fayolle, 2004b; Fayolle & Filion, 2006; Mouloungui, 2012; Tounés, 2003). Selon [1]: « il s'agit d'un phénomène multidimensionnel qui peut être étudié sous différents angles, en mobilisant de nombreuses disciplines et une grande diversité d'approches méthodologiques ».

Dans le cadre de ce travail, nous proposons la définition la plus explicite qui présente l'entrepreneuriat dans un angle processuel : « processus d'émergence organisationnelle » [2]. Sous cet angle, l'entrepreneuriat prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné (TOUNES, 2007, P: 2).

Selon [4, p. 268], quatre phases importantes à considérer pour la création d'entreprise « qui représente la manifestation la plus claire et visible de l'entrepreneuriat »: plan et intention- choix - décision – action.

Dans ce travail, nous nous intéressons particulièrement à l'intention entrepreneuriale, c'est la phase qui précède l'acte à l'entrepreneuriat. Nous constatons, que la création d'entreprise est un acte qui suit une logique processuelle en construction. En amont de cet acte, décrire et expliquer l'intention entrepreneuriale est indispensable pour comprendre ce phénomène. Selon (Maâlej, 2013, p: 34), cette intention est le médiateur entre le comportement, les attitudes, les normes subjectives et les perceptions. Ainsi, d'après (Bird, 1988, p.445), celle-ci représente un processus cognitif qui naît avec les motivations, les besoins, les valeurs et les croyances. Ce processus est fortement influencé par des variables contextuelles. Elle oriente l'expérience et l'action vers l'objectif de création d'entreprise [6, p. 443].

Finalement, nous pouvons avancer -d'un point de vue théorique- que l'intention est indispensable pour prédire le comportement, au sens de [7] « l'intention entrepreneuriale est une phase majeure du processus de création d'entreprise subdivisée en quatre stades: la propension, l'intention, la décision et l'acte. Elle est une volonté individuelle qui s'inscrit au sein d'un processus cognitif conditionné par le contexte socioculturel, politique et économique. ».

### 2.2 L'INTENTION ENTREPRENEURIALE THÉORIES ET MODÈLES

La psychologie sociale, plus précisément la théorie de l'événement entrepreneurial (Shapero, 1982; Azjen 1991) est indispensable pour expliquer et comprendre les processus psychologiques responsables sur l'adoption d'un comportement « acte entrepreneurial ». Plus précisément, le paradigme sociocognitif de Bandura nous semble approprié par rapport à notre démarche théorique, car il explique les interactions et les influences (psychologiques et environnementales) sur le comportement social.

Dans ce sens, plusieurs modèles se sont intéressés à l'intention entrepreneuriale dans le contexte universitaire. Le modèle de l'événement entrepreneurial (Shapero & Sokol, 1982) fut le plus ancien qui s'intéresse implicitement à la formation de l'intention entrepreneuriale,

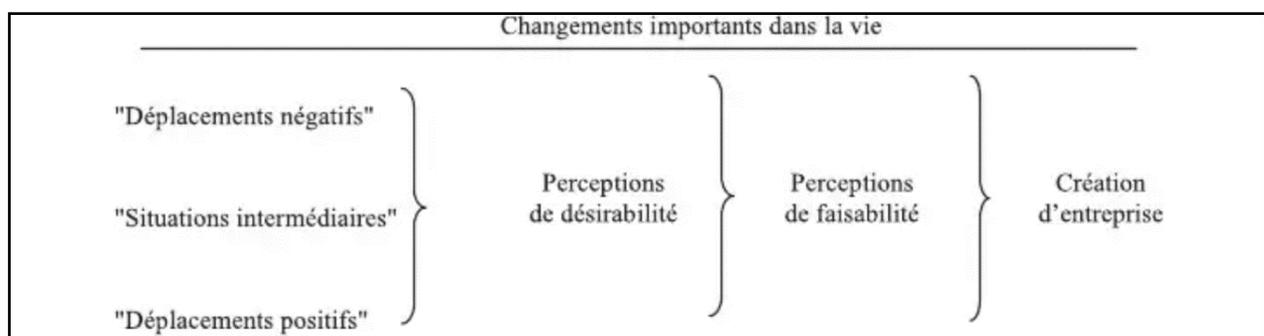


Fig. 1. Le modèle de l'évènement entrepreneurial

Source: la formation de l'évènement entrepreneurial [8]

Les auteurs proposent dans ce cadre un modèle expliquant les mécanismes d'adoption d'un comportement entrepreneurial. En effet, le comportement entrepreneurial est le résultat de divers facteurs complémentaires influençant les perceptions de l'individu: « Il s'agit des déplacements négatifs (un licenciement par exemple), des déplacements positifs (cas d'une opportunité à ne pas rater) et des situations intermédiaires (exemple de sortie de l'école). A l'interface entre ces trois facteurs et l'événement entrepreneurial, les auteurs identifient deux groupes de variables intermédiaires: les perceptions de désirabilité qui représentent les facteurs sociaux et culturels pouvant influencer le système de valeurs de l'individu et les perceptions de faisabilité traduites par les facteurs de soutien à la création d'entreprise. » [9]. Nous pouvons donc retenir de ce modèle que les changements de vie provoquent un changement dans l'intention entrepreneuriale et impactent simultanément sur les perceptions de faisabilité et désirabilité favorisant ainsi l'acte de création d'une nouvelle entreprise « act entrepreneurial ».

Ainsi La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale tente d'expliquer l'importance de l'intention dans la prédiction du comportement et de l'acte d'entreprendre chez les individus. Cette dernière postule que l'intention d'un individu est déterminée selon trois éléments phares à savoir: « l'attitude à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir sur la situation ». (Maâlej, 2013, P: 34). Il s'agit du modèle de référence utilisé dans la littérature, car de nombreuses études dans ce sens, ciblant essentiellement une population estudiantine ont fait objet de résultats empiriques importants; nous citons particulièrement (Krueger et Carsrud, 1993; Krueger et al. 2000; Tounès, 2006; Fayolle et al. 2006; Klapper et Léger-Jarniou, 2006).

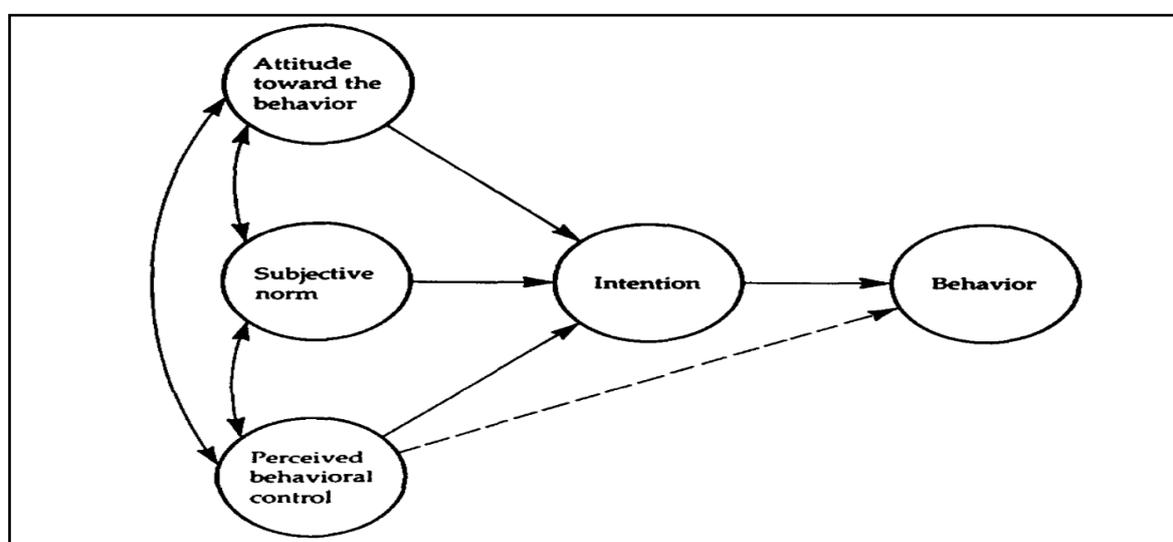


Fig. 2. La formation de l'intention entrepreneuriale

Source: la théorie du comportement planifié [10, p. 182]

Le modèle d'Ajzen postule comme nous l'avons expliqué ci-dessus que l'intention est l'élément prédicteur du comportement. En effet, il faut encore précisé que le comportement et l'action font l'objet d'interférence de facteurs internes et externes (Bagozzi, 1992), c'est-à-dire que ce dernier n'est pas toujours sous le contrôle de la volonté, l'environnement social et culturel de l'individu influence également l'intention à l'entrepreneuriat. C'est dans ce sens, qu'Ajzen a défini l'intention selon 3 éléments phares: à savoir les attitudes, normes sociales et contrôle perçu.

Attitudes: il s'agit selon [7] de l'évaluation que fait l'individu du comportement souhaité, comme le confirme également [11, p. 36] « il s'agit d'une évaluation personnelle du degré d'attraction ou de répulsion que l'individu a envers le comportement auquel il aspire ».

Normes sociales: renvoie à la pression sociale perçue par l'individu, c'est-à-dire l'influence de l'environnement social (amis, famille) sur le devenir entrepreneurial de la personne. Selon [12] il s'agit des: « pressions sociales exercées sur l'individu par son entourage le plus proche (famille, amis, parents) ou la perception de ce que les gens importants pour l'individu ».

Le contrôle comportemental perçu: selon également (Massimo, 2012, p. 37) cette notion représente: « la croyance d'une personne relative au degré de difficulté ou de facilité à effectuer le comportement. » ainsi selon [7]: « impliquent les degrés de connaissance et de contrôle qu'a un individu de ses aptitudes ainsi que des ressources nécessaires en vue de concrétiser le comportement voulu. ».

Le modèle d'Ajzen a trouvé des soutiens théoriques et empiriques dans divers domaines et champs d'investigation, c'est pourquoi plusieurs chercheurs ainsi que l'auteur de référence lui-même suggèrent d'ajouter d'autres dimensions au modèle original susceptibles d'améliorer la compréhension des antécédents de l'intention entrepreneuriale. Dans cette perspective, Shapero pensait que l'un des déterminants comportementaux essentiels de l'intention entrepreneuriale était la propension à agir (Shapero 1982), et il a montré son

impact significatif sur l'intention (Krueger et al. 2000), d'autres part une étude réalisé par [13] montre l'importance de la variable « prise de risque à court terme » et le « bien-être psychologique » dans la détermination de l'intention entrepreneuriale. Dans la même ligne d'idées plusieurs chercheurs ont proposé une évolution du modèle par des tests empiriques portant sur les étudiants universitaires, ainsi les recherches réalisées par [14] ont tentés d'expliquer les effets directs et indirects de l'environnement universitaire, l'image de l'entrepreneuriat et les attitudes générales sur le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants universitaires.

Nous pouvons déduire de ces recherches l'apport théorique important quant au développement de l'intention entrepreneuriale. Toutefois, dans le contexte marocain nous désirons dans le cadre de cette recherche développé sur l'importance de l'auto-efficacité, l'auto-détermination et l'environnement universitaire des étudiants dans la formation de l'intention universitaire chez les étudiants. Nous constatons que très peu de recherche empiriques et théoriques se sont intéressés à ces variables dans le contexte marocain.

### 3 LES EFFETS DE L'AUTOEFFICACITE ET L'AUTODETERMINATION SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

#### 3.1 L'AUTOEFFICACITÉ ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

La théorie de l'auto-efficacité relève de la théorie générale sociocognitive (Bandura, 1986). Cette théorie repose sur l'idée qu'il existe des interactions continues entre l'environnement, la personne et ces caractéristiques personnelles. Le modèle introduit par Albert Bandura, intitulé modèle de causalité triadique se présente comme suit:

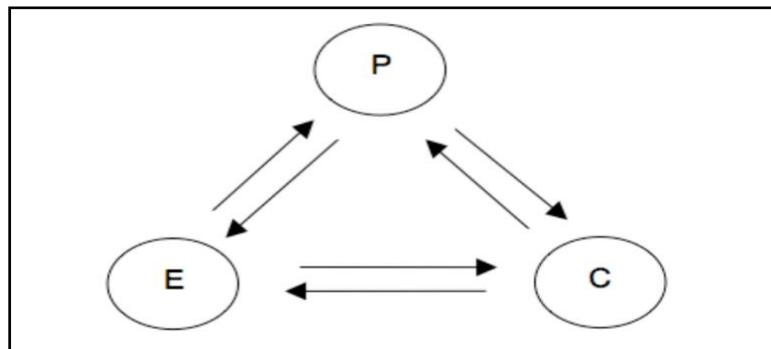


Fig. 3. Le modèle de causalité triadique

Source: *l'agentivité humaine au sein d'une causalité triadique réciproque* (Bandura, 2019, p: 27)

P: « personne »: la personne et toutes ses cognitions, son affectif, son vécu, ses représentations...

E: « Environnement »: Déterminants de l'environnement social et organisationnel,

C: « Comportement »: Déterminants du comportement, les « patterns » d'action et les schémas comportementaux

Conformément à la théorie sociocognitive, le comportement humain n'est pas toujours dépendant des forces de l'environnement, car aussi la personne peut intervenir pour influencer et contrôler l'environnement. Comme le souligne Albert Bandura: « Les individus sont à la fois producteurs et produit de leur société ». Toutefois, La relation n'est pas identique entre ces trois éléments. Les influences environnementales peuvent être plus puissantes que les influences comportementales ou personnelles dans certaines situations. Les uns interagissent avec les autres et ne fonctionnent pas de manière isolée.

Le sentiment d'efficacité personnel (SEP) peut être expliqué dans la partie personnelle du modèle triadique. Il s'agit donc des perceptions et croyances des étudiants, ces derniers ont tendance à choisir des situations dans lesquelles ils anticipent un contrôle personnel élevé et à éviter les situations dans lesquelles ils anticipent un faible contrôle. Pour cette raison, les étudiants par exemple déterminent et choisissent des parcours professionnels en fonction de la perception qu'ils ont de leurs capacités. C'est-à-dire en fonction du jugement sur les capacités personnelles. Un fort sentiment d'efficacité amènera donc l'étudiant entreprenant à affronter les obstacles et non pas les éviter. À contrario, il a été montré que si la personne ne croit pas en sa capacité de réussir, ceci l'empêchera de faire des efforts et d'agir pour devenir entrepreneur.

Selon Albert Bandura, l'efficacité personnelle se définit comme: « croyances relatives à sa propre capacité à réaliser le comportement requis pour produire un résultat.puis, cette définition a été élargie pour rendre compte des « croyances des personnes relatives à leurs capacité à exercer un contrôle sur les événements qui affectent leur vie » (Bandura, 1989, P: 1175).

L'étude réalisé par [17] sur 245 étudiants diplômés a montré un niveau d'intention élevé pour devenir entrepreneur influencé particulièrement par un niveau d'efficacité entrepreneuriale élevé. Ainsi l'étude réalisé par [18] montre la qualité prédictive de l'efficacité

personnelle sur le comportement entrepreneuriale des employés. Finalement nous citons également l'étude marocaine réalisé en 2020 qui a montré l'impact des dimensions de l'auto efficacité entrepreneuriale sur la performance de l'entrepreneur au Maroc [19].

### 3.2 L'AUTODÉTERMINATION ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

Dans le cadre de la théorie sociocognitive, deux types de motivation sont à distinguer aujourd'hui. En effet, l'idée que le comportement ne réagit pas forcément aux stimulus de l'environnement a créé une structure bidimensionnelle de la motivation, c'est ainsi développé par kuhl, 1985 par l'appellation « choice motivation, control motivation », pour (Atkinson, 1986) il distingue deux types de motivation « over motivation, under motivation », Deci & Ryan de leurs parts s'intéressent à la « motivation intrinsèque et extrinsèque ». Plus globalement, nous distinguons aujourd'hui entre la motivation générée par des facteurs environnementaux et la motivation déterminée par les facteurs individuels c'est-à-dire par les propres besoins et croyances, et choix délibérés de l'individu. Dans le cadre de cette recherche nous focalisons principalement sur les apports de la théorie de l'autodétermination (TAD).

La TAD (Deci & Ryan, 2002) est fondamentale pour rendre compte des comportements des individus (étudiants) et comprendre les motifs qui sous-tendent les intentions et les comportements entrepreneurils. Selon les auteurs fondateurs, plusieurs types de motivation peuvent être repérées et classées en fonction du degré d'autodétermination. Comme le résume ce schéma:

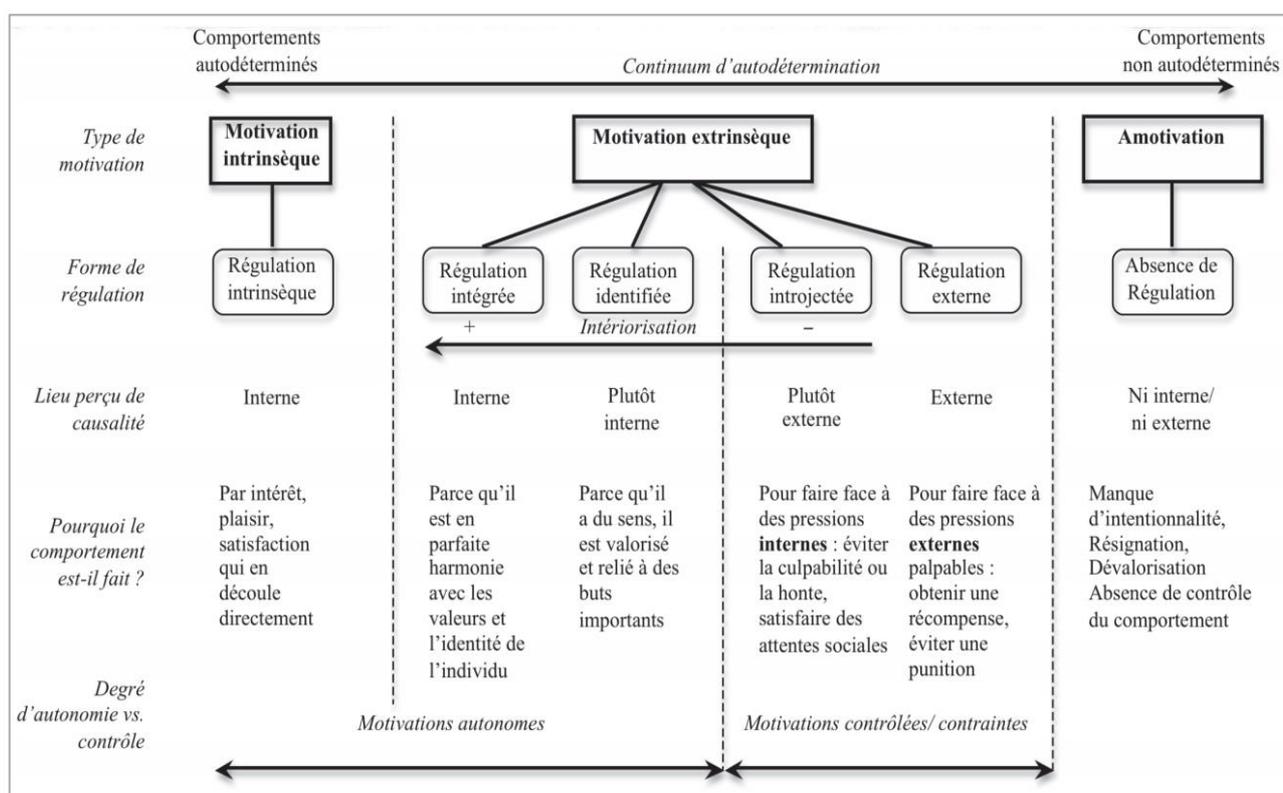


Fig. 4. Les types de motivation et régulation dans le cadre la TAD

Source: traité de psychologie, Chapitre 13 (Sarrazin et al., 2011, P: 28)

En ce sens, la théorie de l'autodétermination proposée par Deci et Ryan identifie différentes formes de motivation, (Deci et Ryan (2002) classé en trois grands types de motivation et organisé selon un continuum: la motivation intrinsèque, la motivation extrinsèque et l'amotivation. En effet, la motivation intrinsèque renvoie à des formes autonomes de motivation (s'engager dans l'entrepreneuriat avec intérêt et plaisir et sans contrainte), par contre, la motivation extrinsèque renvoie à des formes contrôlées de motivation (ex: postuler pour une offre d'emploi afin d'éviter un sentiment de culpabilité).

L'intérêt de cette théorie est que l'on peut réguler le comportement des individus « étudiants » à la recherche de l'autodétermination. Et ce, à travers les mécanismes de régulation. Car, l'hypothèse de la théorie est que l'on peut passer d'une motivation non autodéterminée à une motivation autodéterminée comme le montre le schéma. Voyant cela de plus prêt.

Plusieurs recherches ont été menées dans ce cadre, pour étudier cette hypothèse, Nous citons par exemple les recherches de (Reeve, 2002; Ryan & Deci, 2000, 2002; Sarrazin & Trouilloud, 2006, Nadia Leroy, 2013). Ces derniers ont montré que la motivation autodéterminée est associée à des conséquences positives (bien-être et performance, plaisir, persévérance à l'apprentissage), tandis que la motivation non autodéterminée conduit à des conséquences négatives (résultat négatives, désintérêt, abondant, mauvaise performance).

Finalement le dernier classement du continuum selon la théorie de Deci et Ryan c'est l'amotivation, dans cette dernière catégorie du continuum, l'individu n'est ni intrinsèquement ni extrinsèquement motivé. Ce dernier n'arrive pas à percevoir les relations entre ses comportements et les résultats obtenus [21].

La TAD est largement utilisé dans le domaine de l'entrepreneuriat, particulièrement pour étudier les facteurs environnementales et psychologiques qui influencent la motivation entrepreneuriale des individus. Ainsi, pour prédire et comprendre les motifs qui sous-tendent un comportement entrepreneurial. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, des étudiants comme le cas faisant objet de notre recherche voudraient démarrer une entreprise simplement pour obtenir de l'argent ou pour éviter le chômage, ou, à contrario, ils voudraient s'engager dans un tel comportement en raison de l'intérêt et du plaisir qu'ils ressentent envers cette activité.

Dans ce sens, les auteurs postulent que même si certains comportements sont motivés de manière extrinsèque, ils peuvent être internalisés et transformés pour devenir plus autonomes grâce à un processus de développement d'internalisation et d'intégration (voir la figure 4). L'internalisation fait référence à la prise de valeur par les individus de sorte que le comportement régulé de l'extérieur est transformé en régulation interne qui prend de la valeur pour eux et ne nécessite pas la présence de contingences externes. La forme donc la plus autodéterminée de la motivation extrinsèque est la régulation intégrée. Elle renvoie à l'idée que l'étudiant motivé extrinsèquement par obligation ou par sentiment de culpabilité (sortir du chômage, pression familiale...) est plutôt susceptible de trouver les valeurs et l'identité internalisant sa motivation et ce par la satisfaction des trois besoins psychologiques expliqué ci-dessous à savoir « le besoin d'autonomie, le besoin de compétences et la proximité sociale ».

S'inspirant des travaux (White 1959, De Charms, 1968, Deci, 1975, Baumeister & Leary, 1995, cité par Sarrazin 2006, 2013) la voie à l'autodétermination passe nécessairement par la satisfaction ou l'entrave des trois besoins psychologiques qui peuvent s'expliquer comme suit:

Le sentiment d'autonomie fait référence: « au degré avec lequel l'individu se sent « à l'origine » de ses actions plutôt qu'un « pion » qu'on manipule [22] et fait l'expérience d'un choix qui est concordant avec ses intérêts et valeurs en l'absence de tout sentiment de pression (Deci, 1975) » cité par (Leroy et al., 2013, P: 3).

Le sentiment de compétence repose sur des croyances en utilisation efficace de ses capacités, selon (Sarrazin et al., 2011, P: 160) c'est: « le désir d'interagir efficacement avec l'environnement ». Enfin, la proximité sociale renvoie au besoin de se sentir connecté affectivement ou d'appartenir à un groupe (Baumeister & Leary, 1995). » cité par (Leroy et al., 2013, P: 3), ou, le désir d'être connecté socialement avec des personnes qui nous sont significatives selon (Sarrazin et al., 2011, P: 160).

#### 4 VERS UN MODELE DE DEVELOPPEMENT DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

Le modèle proposé au niveau de cette recherche accorde une place importante à la motivation considérée dans cette perspective comme un facteur cruciale à la détermination et la formation de l'intention entrepreneuriale. Ainsi les facteurs psychologiques relatives aux croyances et jugements individuelles sont des prédicteurs à l'intention entrepreneuriale. D'un point de vue théorique, nous constatons qu'il existe, au-delà des facteurs économiques et/ou managériales, des facteurs psychosociologiques essentielles qui poussent les étudiants vers un comportement entrepreneurial « activité entrepreneuriale ». Nous soutenons également l'idée que l'éducation trouve un rôle essentiel ici dans la mesure où l'université marocaine par la voie de l'enseignant et les programmes d'appui à l'entrepreneuriat, pourra effectivement agir pour influencer et métamorphoser les intentions des étudiants. Et ce, en développant les croyances d'efficacité et d'autodétermination chez les étudiants. De ces constats, les hypothèses de la recherche prennent forme ainsi que le modèle théorique et se présentent comme suit:

H1: *Les attitudes influence positivement l'intention entrepreneuriale*

H2: *Les normes subjectives influence positivement l'intention entrepreneuriale*

H3: *Le contrôle perçue influence positivement l'intention entrepreneuriale*

H4: *La motivation intrinsèque influence positivement les attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçue des étudiants*

H5: *La motivation extrinsèque influence positivement les attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçue des étudiants*

H6: *Les croyances d'efficacité influence positivement les attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçue des étudiants*

H7: *La motivation intrinsèque et extrinsèque influence l'intention entrepreneuriale par la médiation des attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçue des étudiants*

H8: *Les croyances d'efficacité influence l'intention entrepreneuriale par la médiation des attitudes, les normes subjectives et le contrôle perçue des étudiants*

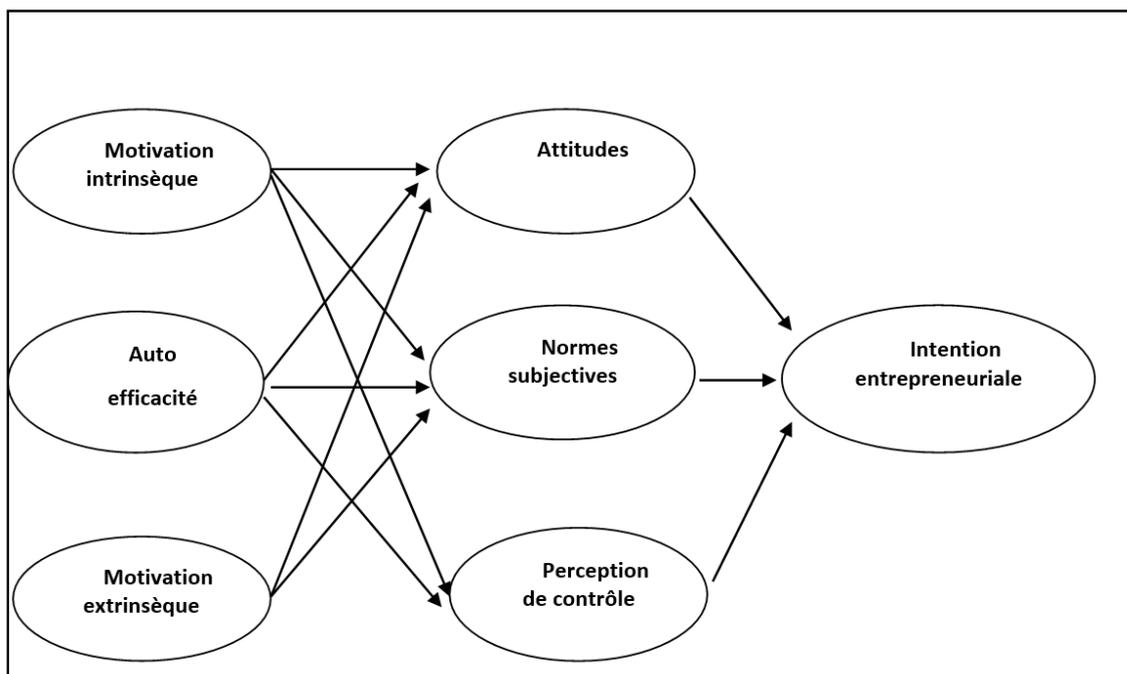


Fig. 5. Le modèle de l'intention entrepreneuriale

Nous avons montré à travers une revue de littérature solide l'influence de l'autoefficacité et l'autodétermination sur l'intention entrepreneuriale, en effet, la théorie de l'autodétermination a été utilisée dans plusieurs domaines de la vie telle que la médecine, l'activité physique, la formation et le comportement alimentaires etc. il serait donc judicieux d'examiner cette relation dans le contexte universitaire marocain, plus particulièrement, le modèle vise à examiner si la motivation dans ces différentes formes « intrinsèque et extrinsèque » pourra influencer positivement l'intention entrepreneuriale. Puisque les étudiants peuvent se motiver dans une activité entrepreneuriale par des facteurs « externes » environnementales et « internes » psychologiques. Nous supposons dans ce modèle que les deux types de motivation déclenchent l'intention entrepreneuriale. Ainsi nous supposons dans cette recherche conformément à la littérature que les croyances et les jugements que développent les étudiants sur leurs capacités à exercer ou réaliser une activité entrepreneuriale influence positivement leurs intentions entrepreneuriales.

Finalement, tenant compte du modèle dominant d'Ajzen qui a trouvé un grand succès théorique et empirique, nous avons soutenu que les antécédents immédiats de l'intention entrepreneuriale, à savoir le contrôle comportemental perçu, les normes subjectives et les attitudes, agiraient comme médiateurs de ces mécanismes de motivation. De ce fait, l'intégration des modèles intentionnels (théorie du comportement planifié) et motivationnels (théorie de l'autodétermination) ajoute un caractère distinctif à notre modèle théorique.

Le modèle proposé dans ce travail se concentre donc sur la motivation et les facteurs psychologiques. Ainsi, au niveau de la motivation, les étudiants comme nous avons expliqué précédemment peuvent se motiver de différentes manières « extrinsèquement et intrinsèquement ». C'est-à-dire que ces derniers créent une entreprise soit pour des raisons limitées (obligation, sentiment de culpabilité pour éviter le chômage), dans ce cas, il s'agira plutôt d'une motivation extrinsèque, soit pour des raisons plus intrinsèques, c'est à dire pour le plaisir et la volonté personnelle d'être entrepreneurs. L'étude réalisée par [24] a testé empiriquement cette relation et montre effectivement l'effet potentiel de la motivation intrinsèque et extrinsèque sur l'intention entrepreneuriale basé le modèle d'Ajzen. Cette dernière qui s'intéresse à 414 étudiants de la Malaisie en 2019 a prouvé l'importance de la motivation dans ces deux formes (intrinsèque et extrinsèque) sur la formation de l'intention entrepreneuriale. Toutefois, très peu de recherche empirique, se sont intéressés à cette question dans un contexte marocain.

L'auto efficacité par sa qualité prédictive trouve aussi son importance dans notre modèle, les étudiants qui développent un fort sentiment d'efficacité sont plus susceptibles à développer un comportement entrepreneurial et plus susceptibles également à faire face aux obstacles et problèmes liées à la création d'entreprise. Il est important à signaler que le professeur et plus globalement le système universitaire joue un rôle déterminant à ce niveau, des études dans ce sens, ont montré, par exemple, l'effet du style pédagogique autonomisant sur le développement de l'autoefficacité par la « persuasion verbale » « action sur l'état physiologique des étudiants » tel que [23], [25] – [27].

## 5 CONCLUSION

Le modèle visait à examiner si différents types de motivation influencent différemment l'intention entrepreneuriale. Puisque les individus souhaitent s'engager dans une activité entrepreneuriale pour diverses raisons, intrinsèques ou extrinsèques, nous avons supposé que les deux types de motivation déclenchent l'intention entrepreneuriale de manière positive. En outre, nous avons soutenu que les antécédents immédiats de l'intention entrepreneuriale, à savoir le contrôle comportemental perçu, les normes subjectives et les attitudes, agiraient comme médiateurs de ces mécanismes de motivation.

La motivation est donc un facteur crucial dans la détermination de l'intention entrepreneuriale. L'auto-efficacité et sa qualité prédictive a été mise en évidence par des recherches menées sur la performance dans le domaine du commerce (Barling et Beattie, 1983), la productivité (Taylor et al., 1984), la socialisation (Jones, 1986), l'apprentissage (Campbell et Hackett, 1986; Wood et Lock, 1987), l'adaptation aux nouvelles technologies (Hill et al. 1987), la formation (Quinones, 1995; Guerrero, 2001). Toutefois, rare sont les études qui s'intéressent à cette variable dans le cadre de ce que [28] appelle l'acadépreneuriat. Nous avons donc proposé un modèle dans le cadre de la théorie sociocognitive de Bandura qui semble mieux approprié à notre analyse et qui apporte au mieux une réponse à la complexité humaine.

Il reste à signaler que dans le cadre de la TAD, le système de formation pourra agir pour réguler le comportement et la motivation des étudiants vers une motivation autodéterminée; Notamment par la satisfaction des besoins psychologiques. Il existe plusieurs études empiriques qui ont démontré l'impact de la satisfaction des besoins psychologiques « besoin d'autonomie, besoin de compétences et proximité sociale » dans l'internalisation des facteurs motivationnels à l'entrepreneuriat. Nous concluons que l'université trouve un rôle important dans la régulation du comportement entrepreneuriale, c'est dans ce cadre, que les recherches de [14] ont mis l'accent sur l'environnement universitaire et l'éducation à l'entrepreneuriat comme élément prédictif à l'intention. Comme perspective à cette recherche nous suggérons différentes variables importantes sur l'environnement universitaire qui intéressent le développement de l'intention entrepreneuriale. Donc comme limite nous avons constaté que plusieurs recherches au Maroc se sont intéressées à l'intention entrepreneuriale d'un point de vue économique, managériale. Toutefois, très peu de recherches ont focalisé sur l'approche pédagogique universitaire incitant les étudiants vers un comportement entrepreneuriale.

Comme limite principale à cette recherche, nous signalons le manque des résultats empiriques dans notre recherche, en effet, les aboutissements théoriques doivent être confrontés à la réalité pour vérifier la pertinence dans le contexte marocain. Une étude empirique portera des réponses robuste et solide sur le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Ainsi, les facteurs motivationnels restent limités quant à l'explication de l'intention entrepreneuriale, et donc, d'autres facteurs d'ordre sociales et psychologiques peuvent également apporter des éléments de réponses par rapport au contexte marocain, tel que le bien être, la prise de risque, l'engagement etc. des étudiants, qui ont trouvé des résultats satisfaisant surtout dans le contexte universitaire.

## REFERENCES

- [1] Louis Filion et Alain Fayolle, *Devenir Entrepreneur – Des enjeux aux outils*, Editions Village Mondial-Prix Advancia-CCIP du livre de l'Entrepreneuriat., 2006. Consulté le: 27 octobre 2022. [En ligne]. Disponible sur: <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00132995>.
- [2] William Gartner et B. Bird, « Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior », *Entrepreneurship: Theory and...*, janv. 1992, Consulté le: 27 octobre 2022. [En ligne]. Disponible sur: [https://www.academia.edu/1282969/Acting\\_as\\_if\\_Differentiating\\_entrepreneurial\\_from\\_organizational\\_behavior](https://www.academia.edu/1282969/Acting_as_if_Differentiating_entrepreneurial_from_organizational_behavior).
- [3] A. Tounes, « L'intention entrepreneuriale : théories et modèles », 2007, p. 73-95.
- [4] A. Boyer, « Le partage de l'intention », in *Les limites de la rationalité: rationalité, éthique et cognition*, Editions La découverte Tome 1., 1997.
- [5] A. Maâlej, « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés », *La Revue Gestion et Organisation*, vol. 5, no 1, p. 33-39, nov. 2013, doi: 10.1016/j.rgo.2013.10.006.
- [6] B. Bird, « Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention », *AMR*, vol. 13, no 3, p. 442-453, juill. 1988, doi: 10.5465/amr.1988.4306970.
- [7] A. Tounes, « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La revue des sciences de gestion*, vol. 2006/3, no 219, p. 57-65, 2006.
- [8] A. Shapiro et Sokol, « The Social Dimensions of Entrepreneurship », *encyclopedia of entrepreneurship*, p. 72-90, 1982.
- [9] F. Z. Achour et F. Z. Dehbi, « Intention entrepreneuriale des lauréats et facteurs contextuels », *Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, vol. 1, no n2, p. 6, 2016, doi: <https://doi.org/10.34874/IMIST.PRSM/reinnova-v1i2.8640>.
- [10] I. Ajzen, « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no 2, p. 179-211, déc. 1991, doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- [11] B. Massimo, « PROCESSUS DE TRANSFORMATION DES INTENTIONS EN ACTIONS ENTREPRENEURIALES », thèse de doctorat, université de Lille, France, 2012. [En ligne]. Disponible sur: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00870880/document>.
- [12] A. Emin, « Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention », *revue de l'entrepreneuriat*, vol. Vol 3, no 1, 2004.

- [13] P. Zhang, D. D. Wang, et C. L. Owen, « A Study of Entrepreneurial Intention of University Students », *Entrepreneurship Research Journal*, vol. 5, no 1, p. 61-82, janv. 2015, doi: 10.1515/erj-2014-0004.
- [14] E. Autio, R. H. Keeley, M. Klofsten, G. C. Parker, et M. Hay, « Entrepreneurial intent among students of technology: Testing an intent model. Babson College – Kaufmann Foundation Entrepreneurship Research Conference ». 1997.
- [15] A. Bandura, Auto-efficacité: Comment le sentiment d'efficacité personnelle influence notre qualité de vie. De Boeck Supérieur, 2019.
- [16] A. Bandura, « Human Agency in Social Cognitive Theory », *American Psychologist*, p. 10, 1989.
- [17] A. Naktiyok, C. N. Karabey, et A. C. Gulluce, « Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case », p. 17, 2010.
- [18] I. K. Kusumawijaya, « Understanding Entrepreneurial Intention: The Prediction of Entrepreneurial Behavior », vol. 10, no 4, p. 8, 2020.
- [19] B. Soukaina, « L'impact De L'intention Entrepreneuriale Innovante Et L'auto- Efficacite Sur La Performance : Cas de L'entrepreneur Marocain », vol. 4, p. 27, 2020.
- [20] P. Sarrazin, P. Luc, E. Deci, et R. Ryan, Chapitre 13 : Nourrir une motivation autonome et des conséquences positives dans différents milieux de vie : les apports de la théorie de l'autodétermination, 1re édition. De Boeck, 2011. Consulté le: 24 août 2020. [En ligne]. Disponible sur: [https://www.researchgate.net/publication/331297361\\_Nourrir\\_une\\_motivation\\_autonome\\_et\\_des\\_consequences\\_positives\\_dans\\_differeents\\_milieus\\_de\\_vie\\_les\\_apports\\_de\\_la\\_theorie\\_de\\_l'autodetermination](https://www.researchgate.net/publication/331297361_Nourrir_une_motivation_autonome_et_des_consequences_positives_dans_differeents_milieus_de_vie_les_apports_de_la_theorie_de_l'autodetermination).
- [21] E. L. Deci et R. M. Ryan, « The general causality orientations scale: Self-determination in personality », *Journal of Research in Personality*, vol. 19, no 2, p. 109-134, juin 1985, doi: 10.1016/0092-6566(85)90023-6.
- [22] R. DeCharms, *Personal causation; the internal affective determinants of behavior*. Academic Press, 1968.
- [23] N. Leroy, P. Bressoux, P. Sarrazin, et D. Trouilloud, « Un modèle sociocognitif des apprentissages scolaires : style motivationnel de l'enseignant, soutien perçu des élèves et processus motivationnels », *Revue française de pédagogie. Recherches en éducation*, no 182, Art. no 182, août 2013, doi: 10.4000/rfp.4008.
- [24] I. Al-Jubari, A. Mosbah, et M. T. Zunirah, « Do Intrinsic and Extrinsic Motivation Relate to Entrepreneurial Intention Differently? A Self-Determination Theory Perspective », *Academy of entrepreneurship journal*, vol. 25, no 2, 2019, Consulté le: 7 octobre 2022. [En ligne]. Disponible sur: [https://www.researchgate.net/publication/338247545\\_Do\\_Intrinsic\\_and\\_Extrinsic\\_Motivation\\_Relate\\_to\\_Entrepreneurial\\_Intention\\_Differently\\_A\\_Self-Determination\\_Theory\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/338247545_Do_Intrinsic_and_Extrinsic_Motivation_Relate_to_Entrepreneurial_Intention_Differently_A_Self-Determination_Theory_Perspective).
- [25] P. Hardré et J. Reeve, « Training Corporate Managers to Adopt a More Autonomy-Supportive Motivating Style Toward Employees: An Intervention Study », *International Journal of Training and Development*, vol. 13, oct. 2009, doi: 10.1111/j.1468-2419.2009.00325.x.
- [26] J. Reeve, « Teachers as Facilitators: What Autonomy-Supportive Teachers Do and Why Their Students Benefit », *The Elementary School Journal*, vol. 106, no 3, p. 225-236, janv. 2006, doi: 10.1086/501484.
- [27] B. Said et M. Issam, « Le style pédagogique autonomisant contribue-t-il au développement d'une pré-employabilité des jeunes diplômés: revue de littérature et proposition d'un modèle conceptuel », *ESJ*, vol. 16, no 4, févr. 2020 doi: 10.19044/esj.2020.v16n4p107.
- [28] J. Raouf, « L'intention entrepreneuriale de l'universitaire : vers un consensus conceptuel de l'«academic entrepreneurship» à l'acadépreneuriat | Raouf JAZIRI - Academia.edu », présenté à l'entrepreneuriat à la recherche de l'intention : l'imagination au service de la gestion, esc bretagne brest, 2009. Consulté le: 9 octobre 2022. [En ligne]. Disponible sur: <http://www.esc-bretagne-brest.com/download/news/colloque-01-2009.pdf>