Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français

Servane Delanoë et Franck Brulhart

Volume 24, numéro 1, 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1012551ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1012551ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (imprimé)

1918-9699 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Delanoë, S. & Brulhart, F. (2011). Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français. *Revue internationale P.M.E.*, 24(1), 43–70. <https://doi.org/10.7202/1012551ar>

Résumé de l'article

Dans la littérature entrepreneuriale, la phase de l'émergence organisationnelle apparaît comme nécessitant des recherches approfondies. Cette phase, caractérisée par l'intention d'une personne de créer une organisation et les actions qu'elle entreprend à cet effet, recouvre des réalités diverses. Afin de contribuer à sa meilleure compréhension, nous utilisons un modèle d'intention, mettant en relation l'impact de l'attitude envers l'entrepreneuriat, de la norme subjective et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue, sur l'intention de comportement entrepreneurial (intention entrepreneuriale) exprimée par des porteurs de projets français. En complément de l'intention entrepreneuriale, nos résultats nous conduisent à faire émerger la notion de détermination entrepreneuriale : l'intention fait référence à la volonté de devenir entrepreneur, et la détermination rend compte du degré de priorité de cette volonté dans la vie de la personne. Notre analyse montre que les trois antécédents retenus paraissent avoir une influence significative positive à la fois sur l'intention et sur la détermination entrepreneuriale. En outre, si le poids relatif de chaque antécédent diffère entre les deux aspects, l'importance de l'attitude des individus envers l'entrepreneuriat, autrement dit leur attrait pour une carrière indépendante par rapport à une carrière salariée, apparaît dans les deux cas comme l'élément explicatif prépondérant.

Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français¹

Servane DELANOË
Toulouse Business School

Franck BRULHART
Aix-Marseille Université et Toulouse Business School

MOTS CLÉS

**Entrepreneuriat naissant – Émergence organisationnelle –
Intention entrepreneuriale**

LES AUTEURS

SERVANE DELANOË est professeure en stratégie d'entreprise et en entrepreneuriat à Toulouse Business School. Titulaire d'un MBA de McCombs School of Business (Université du Texas, Austin), elle est actuellement doctorante à l'Open University. Ses intérêts de recherche portent sur l'entrepreneuriat naissant et l'intention entrepreneuriale. Adresse: Toulouse Business School, 20, boulevard Lascrosses, BP 7010, 31068 Toulouse Cedex 7. Courriel: <s.delanoe@esc-toulouse.fr>.

FRANCK BRULHART est maître de conférences à Aix-Marseille Université, membre du LEST, UMR CNRS et professeur affilié à Toulouse Business School. Il est l'auteur de nombreuses études de cas en stratégie et a récemment publié *Les sept points clés du diagnostic stratégique*, éditions Eyrolles, 2009. Ses recherches portent principalement sur les relations inter-organisationnelles et la performance des organisations. Il a notamment publié ses résultats dans *Management, Finance contrôle et stratégie, Management International, Management et Avenir, Revue internationale PME, Revue française de gestion, The Business Review Cambridge* et *The Icfai Journal of Management Research*. Adresse: Aix-Marseille Université, CNRS – LEST UMR 6123, 14, avenue Jules-Ferry, 13621 Aix-en-Provence cedex, France. Courriel: <franck.brulhart@univmed.fr>.

-
1. Les auteurs remercient la Chambre régionale de commerce et d'industrie (CRCI) et le réseau de la Chambre de commerce et d'industrie de région Bretagne (CCI). Sans l'aide de leurs équipes, cette recherche n'aurait pas été possible. Les auteurs tiennent également à remercier les évaluateurs anonymes pour la pertinence de leurs commentaires et de leurs suggestions, qui leur ont permis d'améliorer de façon substantielle la qualité de cet article.

RÉSUMÉ

Dans la littérature entrepreneuriale, la phase de l'émergence organisationnelle apparaît comme nécessitant des recherches approfondies. Cette phase, caractérisée par l'intention d'une personne de créer une organisation et les actions qu'elle entreprend à cet effet, recouvre des réalités diverses. Afin de contribuer à sa meilleure compréhension, nous utilisons un modèle d'intention, mettant en relation l'impact de l'attitude envers l'entrepreneuriat, de la norme subjective et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue, sur l'intention de comportement entrepreneurial (intention entrepreneuriale) exprimée par des porteurs de projets français. En complément de l'intention entrepreneuriale, nos résultats nous conduisent à faire émerger la notion de détermination entrepreneuriale : l'intention fait référence à la volonté de devenir entrepreneur, et la détermination rend compte du degré de priorité de cette volonté dans la vie de la personne. Notre analyse montre que les trois antécédents retenus paraissent avoir une influence significative positive à la fois sur l'intention et sur la détermination entrepreneuriale. En outre, si le poids relatif de chaque antécédent diffère entre les deux aspects, l'importance de l'attitude des individus envers l'entrepreneuriat, autrement dit leur attrait pour une carrière indépendante par rapport à une carrière salariée, apparaît dans les deux cas comme l'élément explicatif prépondérant.

ABSTRACT

Within entrepreneurship literature, the organisational emergence phase appears to require in-depth investigation. This phase is characterised by a person's intention to create an organisation and the actions he or she undertakes to that effect and it covers a variety of realities. In order to contribute to a better understanding of it, we use an intention model that relates the impact of attitude toward entrepreneurship, subjective norm and entrepreneurial self-efficacy to the entrepreneurial behaviour intention expressed by a group of French project carriers. Our results lead us to identify the notion of entrepreneurial determination as a complement to entrepreneurial intention. Intention refers to a person's will to become an entrepreneur and determination refers to the degree of priority this will has in the person's life. Our analysis shows that the three selected antecedents appear to have a positive effect on both entrepreneurial intention and determination. Furthermore, while the relative weight of each antecedent varies between the two aspects, in both cases attitude towards entrepreneurship (i.e. the attraction toward an independent career as opposed to a salaried one) appears to be the prominent explanatory element.

RESUMEN

En la literatura empresarial, la fase de la creación de una organización pareciera requerir de una investigación en mayor profundidad. Esta fase, caracterizada por la intención o voluntad de una persona de crear una organización y las acciones que emprende con este fin, cubre realidades diversas. Con el fin de contribuir a una mejor comprensión de esta fase, usaremos un modelo de intención que pone en relación el impacto de la actitud hacia el espíritu empresarial, de la norma subjetiva, y de la auto-eficacia empresarial percibida, sobre la intención de comportamiento

empresarial (intención empresarial) expresada por responsables de proyectos franceses. Además de la intención empresarial, nuestros resultados nos llevan a destacar la noción de determinación empresarial: la intención hace referencia a la voluntad de hacerse empresario, y la determinación refleja el nivel de prioridad de esta voluntad en la vida de la persona. Nuestro análisis muestra que los tres antecedentes seleccionados parecen tener una influencia significativa, a la vez sobre la intención y sobre la determinación empresarial. Además si el peso relativo de cada antecedente es diferente para cada aspecto, la importancia de la actitud de los individuos hacia el espíritu empresarial, es decir su atracción por una carrera independiente contra una carrera como asalariado, parece ser el factor explicativo dominante en los dos casos.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Entrepreneurship-Literatur erwähnt die Notwendigkeit, die Phase rund um die Kreation neuer Organisationen vertieft zu untersuchen. Diese Phase, von der Intention einer Person über die konkret unternommenen Gründungsschritte, kann sehr unterschiedlich ausfallen. Um diese Phase besser verstehen zu können, bedienen wir uns eines Modelles der unternehmerischen Intention. Dabei werden die Einstellung zu Unternehmertum, die subjektiven Normen und die wahrgenommene Selbstwirksamkeitserwartung zur unternehmerischen Intention in Beziehung gesetzt. Die Daten werden bei französischen Projektleitern mit Gründungsabsichten erhoben. Die Ansätze der unternehmerischen Intention sind in unserem Verständnis durch die unternehmerische Determination zu komplettieren. Während Intention den Willen Unternehmer zu werden umschreibt, drückt Determination die Priorität des Unternehmerdaseins im Leben einer Person aus. Unsere Analysen zeigen auf, dass die drei Vorbedingungen einen signifikant positiven Einfluss auf unternehmerische Intention und Determination haben. Die relativen Gewichte der drei Einflussgrößen unterscheiden sich zwischen Intention und Determination. Die Einstellung gegenüber Unternehmertum, das heisst die Präferenz der Selbstständigkeit gegenüber einem Angestelltenverhältnis, ist in aber in beiden Fällen ausschlaggebend.

Introduction

L'influence positive de l'entrepreneuriat sur la croissance économique, l'innovation, la création d'emplois ou encore les gains de productivité est aujourd'hui très largement reconnue (Audretsch et Fritsch, 2003 ; Reynolds, 2005). Toutefois, la prise de conscience dans les années 1980 de l'importance de l'entrepreneuriat pour les économies modernes, est allée de pair avec le constat que le phénomène sous-jacent, le processus entrepreneurial, était alors très peu compris (Reynolds, 1987). Il est aussi rapidement apparu que ce processus entrepreneurial ne commence pas avec la création d'entreprise, mais bien avant, lorsqu'un individu fait le choix de s'engager dans une démarche visant à créer une organisation (Reynolds, 2005). Cette étape

renvoie à la phase « d'émergence organisationnelle » (Katz et Gartner, 1988) ou « d'entrepreneuriat naissant » (Reynolds, Storey et Westhead, 1994). Si les recherches menées dans différents pays sur des entrepreneurs naissants ont contribué à une meilleure compréhension du phénomène (Johnson, Parker et Wijbenga, 2005 ; Reynolds, 2005), la jeunesse du champ et les résultats encore contradictoires obtenus nécessitent de poursuivre les efforts d'investigation afin de mieux comprendre cette phase (Fayolle, Ulijn et Kyrö, 2005 ; Johnson, Parker et Wijbenga, 2005). Dans ce contexte, l'objectif de cet article est d'étudier la phase d'entrepreneuriat naissant grâce à un modèle d'intention adapté de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), afin de préciser le rôle et l'importance respectifs des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français.

Le comportement entrepreneurial, lorsqu'il est défini en tant que création d'une organisation (Gartner, 1988), est précédé par l'intention d'une personne et illustré par la prise d'informations en vue d'entreprendre la mise en place du projet (Katz et Gartner, 1988). Même si le lien effectif entre intention et comportement final reste à démontrer (Boissin et Emin, 2006), l'utilisation d'un modèle d'intention dans notre article vise à établir les antécédents susceptibles d'influencer l'intention entrepreneuriale et à faire progresser le champ en palliant certaines insuffisances de la littérature existante (Katz, 1990 ; Fayolle et Degeorge, 2007 ; Krueger, 2007). Certes, des démarches de recherches similaires ont déjà été appliquées aux cas de chercheurs français (Emin, 2004) ou d'étudiants de plusieurs pays (Kolvereid, 1996 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Autio *et al.*, 2001 ; Boissin, Chollet et Emin, 2008). Cependant, il n'existe, à notre connaissance, aucune étude centrée sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale d'entrepreneurs naissants engagés dans une prise de conseils sur leurs projets alors que les recherches menées sur l'accompagnement de nouvelles entreprises (Leyronas et Sammut, 2000 ; Sammut, 2003) ou d'entreprises portées dans des incubateurs ou des pépinières (Messeghem et Sammut, 2007) confirment l'intérêt de tels terrains d'étude.

Dans une première partie, nous nous appuyons sur les modèles d'intention afin de connaître le rôle et l'importance respectifs des antécédents de l'intention entrepreneuriale pour des entrepreneurs naissants, ce qui nous conduit à formaliser nos hypothèses de recherche. La seconde partie de cet article est consacrée à la présentation de la méthodologie mobilisée ainsi qu'à l'exposé et à la discussion des résultats obtenus.

1. Revue de la littérature et formulation des hypothèses

Les facteurs explicatifs de la volonté d'entreprendre varient en fonction des individus (Shapero et Sokol, 1982). Par exemple, les chercheurs distinguent l'entrepreneuriat d'opportunité de l'entrepreneuriat de nécessité selon que l'entrepreneur cherche à exploiter une opportunité d'affaires qu'il a préalablement détectée ou qu'il s'engage dans la voie entrepreneuriale par défaut d'autres options (Reynolds *et al.*, 2002). Pour d'autres, il existe des entrepreneurs « naturels », « inévitables » ou « accidentels » (Fitzsimmons et Douglas, 2011), selon les perceptions de désirabilité et de faisabilité de l'acte entrepreneurial exprimées par la personne. Pour les entrepreneurs « naturels », l'entrepreneuriat est à la fois hautement désirable et faisable.

Pour les « inévitables », il est hautement désirable, mais moins faisable, ce qui va amener la personne à rechercher activement une opportunité à exploiter. Enfin, pour les « accidentels », il apparaît faisable à la suite de la découverte d'une opportunité d'affaires, mais n'était pas auparavant considéré comme une option de carrière désirable par la personne (Fitzsimmons et Douglas, 2011). Dans ce dernier cas, l'intention peut ne devenir apparente qu'après le déclenchement du processus entrepreneurial (Fayolle et Degeorge, 2007).

Nous considérons ici le cas d'un processus entrepreneurial caractérisé par l'expression d'une volonté individuelle (quelles que soient les motivations à l'origine de cette volonté) qui se traduit sous forme d'intention et nécessite ensuite une préparation, plus ou moins longue selon les projets (Katz et Gartner, 1988) afin d'aboutir à l'action. C'est d'ailleurs cette posture qui a, dès les années 1980, amené les chercheurs en entrepreneuriat à s'intéresser aux modèles incorporant l'intentionnalité du comportement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982; Bird, 1988; Katz et Gartner, 1988). Si les cadres théoriques utilisés pour étudier la création d'entreprise restent variés, les modèles d'intention présentent l'avantage de prendre en compte l'hétérogénéité des situations rencontrées et l'aspect processuel du phénomène (Bird et Jelinek, 1988; Davidsson, 2005), offrant ainsi des perspectives de recherche prometteuses (Krueger, 2007). Le modèle retenu ici est adapté de celui d'Ajzen (1991) en étant combiné avec la notion d'auto-efficacité développée par Bandura (1986). Dans cette première partie, nous décrivons donc les différents éléments du modèle retenus pour cette étude : intention, attitude, norme subjective et auto-efficacité entrepreneuriale perçue.

Modèle d'intention entrepreneuriale

Chaque utilisation des modèles d'intention fait référence à un comportement cible. En effet, l'intention d'adopter un comportement que l'on contrôle apparaît comme « le meilleur indicateur individuel prédisant ce comportement » (Fishbein et Ajzen, 1975, p. 369). Dans le cadre de notre recherche, le comportement concerné renvoie à la création d'entreprise ou d'activité, rejoignant ainsi la définition de « création d'une organisation » proposée comme objectif des processus d'émergence (Gartner, 1988). Les porteurs de projets, engagés à la fois dans la vie active et dans une démarche de collecte d'informations sur la création d'entreprise, se trouvent face à un choix de carrière important, ce qui justifie le recours aux modèles d'intention (Krueger, 1993). Cet article se concentre sur l'intention affichée par ces aspirants entrepreneurs à créer une entreprise à plus ou moins brève échéance. Nous cherchons à analyser l'impact de trois antécédents décrits dans la littérature comme influençant l'intention entrepreneuriale : l'attitude envers l'entrepreneuriat, la norme subjective et l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue (Ajzen, 1991 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000).

Attitude envers l'entrepreneuriat

De manière générale, l'attitude correspond à la « disposition à répondre de façon favorable ou défavorable à un objet psychologique » (Ajzen et Gilbert Cote, 2008, p. 289). Désirabilité perçue (Shapero et Sokol, 1982 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000) ou attrait (Krueger et Carsrud, 1993) pour l'entrepreneuriat renvoie aussi à cette attitude. Plus une personne a une évaluation positive d'un comportement, autrement dit plus elle a une attitude favorable à son égard, plus son intention de l'adopter devrait être élevée (Ajzen et Gilbert Cote, 2008).

L'attitude envers la création d'entreprise peut être définie soit de façon directe (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000), soit par opposition à une carrière salariée (Kolvereid, 1996). Elle dépend donc non seulement de l'évaluation que fait la personne du comportement entrepreneurial dans l'absolu, mais aussi des choix professionnels qui s'offrent à elle et des bénéfices liés à chaque option de carrière. En ce sens, l'attitude envers l'entrepreneuriat comprend un élément de coût d'opportunité, « le manque à gagner, lié à la meilleure autre alternative disponible, qui est abandonnée en conséquence du choix sélectionné » (Cassar, 2006, p. 611), puisque choisir une carrière indépendante implique de renoncer à certains avantages attribués au statut de salarié (et vice-versa). Plus le renoncement aux autres options est perçu comme nécessitant des sacrifices (coûts d'opportunité) élevés, plus les bénéfices attendus de l'activité indépendante doivent être élevés pour que la personne s'y engage (Amit, Muller et Cockburn, 1995). Dans cette étude, nous définissons

l'attitude envers l'entrepreneuriat comme la préférence d'une personne pour une activité indépendante par rapport à une activité salariée. De plus, nous proposons ici que cette préférence dépend notamment du niveau de coûts d'opportunité personnels et professionnels liés au choix de cette activité qu'elle est prête à accepter (Amit, Muller et Cockburn, 1995).

Attitude et coûts d'opportunité font généralement l'objet de recherches séparées. Des recherches sur des étudiants ont montré un lien positif entre attitude envers l'entrepreneuriat et intention entrepreneuriale (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Autio *et al.*, 2001 ; Boissin, Chollet et Emin, 2007). Cet effet positif a aussi été retrouvé chez des chercheurs publics français engagés dans la vie active (Emin, 2004). Par ailleurs, dans le contexte de la création d'activité, de faibles coûts d'opportunité salariaux et la disposition à supporter les coûts d'opportunité liés au renoncement à une carrière salariée ont été reconnus comme pouvant être liés au choix d'une carrière indépendante (Evans et Leighton, 1989 ; Amit, Muller et Cockburn, 1995).

H1: L'attitude envers l'entrepreneuriat a une influence positive significative sur l'intention entrepreneuriale.

La norme subjective

La norme subjective désigne la pression sociale perçue par un individu à adopter (ou pas) certains comportements. Son effet dépend à la fois de l'approbation ou de la désapprobation attendue par l'individu de la part de son entourage envers le comportement envisagé et de l'importance qu'il accorde à cet avis (Ajzen, 1991). Dans le contexte de la création d'entreprise, la norme subjective dépend, d'une part, de l'encouragement qui est attendu par l'individu envers son engagement dans un projet de création de la part de son entourage proche et, d'autre part, de l'importance qu'il accorde à cette opinion (Kolvereid, 1996). Plus la combinaison de ces deux effets est favorable, autrement dit plus la norme subjective est élevée, plus l'intention de la personne de s'engager dans le comportement devrait être élevée (Ajzen, 1991).

Toutefois, les résultats concernant l'effet de la norme subjective sur l'intention de comportement entrepreneurial restent divergents. Certains ne parviennent pas à isoler un impact significatif de cet élément (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Emin, 2004), alors que d'autres lui attribuent un effet positif significatif sur l'intention entrepreneuriale d'étudiants (Kolvereid, 1996 ; Engle *et al.*, 2010).

H2: La norme subjective a une influence positive significative sur l'intention entrepreneuriale.

Auto-efficacité entrepreneuriale perçue

Dans sa théorie du comportement planifié, Ajzen fait référence au contrôle comportemental perçu comme étant la facilité ou la difficulté perçue par un individu à réaliser un comportement (Ajzen, 2002). Ce concept apparaît particulièrement proche de la notion d'auto-efficacité perçue qui « s'intéresse non pas aux capacités de la personne, mais aux jugements concernant ce que la personne peut faire avec les compétences qu'elle possède » (Bandura, 1986, p. 391). Ajzen admet la similarité entre les deux concepts (Ajzen, 2002) et note que, bien que confirmant une distinction entre les deux notions, la recherche existante semble indiquer que l'auto-efficacité perçue serait un antécédent plus important des intentions et actions que le contrôle comportemental perçu (Ajzen, 2001). De ce fait, dans cet article, et à la suite d'autres auteurs (Krueger et Carsrud, 1993 ; Carr et Sequeira, 2007 ; Linan et Santos, 2007 ; Boissin, Chollet et Emin, 2008), nous faisons le choix de mobiliser le concept d'auto-efficacité entrepreneuriale perçue (AEEP), dans le cadre du modèle de comportement planifié. Ce concept constitue ainsi le troisième antécédent de l'intention au sein de notre modèle, et se définit comme la croyance d'une personne dans sa possession des compétences nécessaires à la réussite de son projet de création d'entreprise (De Noble, Jung et Ehrlich, 1999).

De façon générale, l'auto-efficacité perçue influence le choix des activités dans lesquelles une personne va s'engager et « plus l'auto-efficacité perçue est élevée, plus la probabilité que la personne s'engage dans des tâches représentant un défi, persiste plus longtemps dans leur réalisation, et réussisse la réalisation de ces tâches, est élevée » (Bandura, 1986, p. 397). Ainsi, comme pour l'attitude et la norme subjective, la théorie suggère que l'auto-efficacité perçue a un impact positif sur l'intention.

Les recherches convergent sur l'influence positive de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue sur l'intention entrepreneuriale (Krueger, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Emin, 2004 ; Boissin, Chollet et Emin, 2007 ; Kickul *et al.*, 2008). De plus, des études récentes ont souligné l'existence d'un lien positif entre l'activité entrepreneuriale et des concepts voisins de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue, comme la capacité entrepreneuriale perçue de l'entrepreneur naissant (Townsend, Busenitz et Arthurs, 2010), ou encore la croyance subjective dans ses capacités entrepreneuriales (Koellinger, Minniti et Schade, 2007).

H3: L'auto-efficacité entrepreneuriale perçue a une influence positive significative sur l'intention entrepreneuriale.

FIGURE 1
Modèle d'hypothèses

Source : Adapté de Ajzen (1991).

2. Méthodologie, résultats et discussion

Afin de pouvoir mener à bien cette étude, nous avons mis en place un partenariat avec la Chambre régionale de commerce et d'industrie (CRCI) et les chambres de commerce et d'industrie (CCI) de Bretagne. Grâce à ce partenariat, un questionnaire a pu être administré à 506 personnes venues assister à des réunions d'information sur la création d'entreprise animées par le réseau des CCI. Nous présentons ci-dessous les détails de la méthodologie retenue, avant de détailler et de discuter les résultats obtenus.

Méthodologie

Cette partie justifie le mode de collecte des données, précise les choix d'opérationnalisation des variables mobilisées dans le modèle et présente les modalités de test des hypothèses.

Population de recherche et collecte des données

L'échantillon que nous avons retenu est composé de porteurs de projets s'adressant à un organisme d'aide à la création d'entreprise. Cette approche répond à la volonté d'étudier le phénomène avant qu'il ne se produise effectivement et d'interroger les individus alors qu'ils sont face à un choix de carrière (Krueger, 1993). Elle permet d'inclure dans l'étude des personnes qui prendront la décision de ne pas mener leur projet à terme, ce qui a été identifié comme pouvant apporter de nouvelles connaissances au champ (Van Auker, 1999). Enfin, en interrogeant les individus au début du processus, nous éliminons les problèmes de biais rétrospectifs reconnus comme pouvant être particulièrement importants chez les entrepreneurs naissants (Cassar et Craig, 2009). Au final, l'échantillon retenu est constitué de 506 personnes en début de parcours de création d'entreprise, relatif à un taux de réponse de 83 %. Ce taux de réponse élevé s'explique par le mode d'administration du questionnaire. En effet, les entrepreneurs ont été interrogés entre octobre 2008 et janvier 2009 lors de leur participation à des réunions d'information sur la création d'entreprise organisées par des CCI dans l'ouest de la France. Les questionnaires autoadministrés ont été distribués en début de réunion par les animateurs des réunions et collectés immédiatement.

Mesures des variables

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes appuyés sur des mesures préexistantes issues de la littérature. Les variables du modèle ont donné lieu à des mesures multi-items évaluées sur une échelle bipolaire en sept points. La plupart des variables de contrôle ont été mesurées sur des échelles binaires, que nous avons transformées en « variables muettes »² (*dummy variables*) codées 0 / 1 suivant en cela les recommandations de Hardy (1993), ou des échelles métriques de tailles diverses. Les échelles multi-items ont alors été testées afin de s'assurer de leur validité convergente, de leur validité discriminante et de leur fiabilité. Pour cela, une analyse en composantes principales (ACP) a été réalisée sur l'ensemble des items constitutifs des variables explicatives engagées dans l'analyse de même que sur les items relatifs à la variable à expliquer. Nous avons, au préalable, vérifié la pertinence de l'ACP en ayant recours successivement au test de sphéricité de Bartlett et au test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) complétés par les mesures de MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Après une rotation Varimax, nous avons purifié les échelles. Enfin, nous nous sommes penchés sur la fiabilité des facteurs issus

2. Cette technique permet de représenter l'information qu'elle contient en termes quantitatifs, ce qui autorise son utilisation dans une analyse de régression.

de l'analyse factorielle en utilisant l'alpha de Cronbach. Ce processus nous a conduits à modifier les échelles initiales et nous a permis de faire émerger de nouveaux construits (*cf.* annexe A).

– Variable à expliquer :

La mesure de l'intention entrepreneuriale a été développée et adaptée sur la base d'une combinaison des échelles proposées par Gundry et Welsch (2001) et Fayolle, Groen et Ulijn (2006). Cependant, l'analyse factorielle exploratoire (ACP) nous a permis de constater le caractère multidimensionnel de notre échelle de mesure de l'intention entrepreneuriale et, de ce fait, à distinguer deux dimensions différentes de notre concept initial d'intention entrepreneuriale : l'intention et la détermination. La première dimension (ou intention) est exclusivement professionnelle et fait directement référence à la volonté de devenir entrepreneur ; la seconde dimension (détermination) rend compte du degré de priorité de cette volonté dans la vie du répondant et inclut donc une mise en perspective par rapport à d'autres objectifs non professionnels (*cf.* annexe A pour le détail de la mesure des deux échelles).

– Variables explicatives :

La mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue est issue de la combinaison des mesures proposées par Boissin, Chollet et Emin (2007) et des recommandations des conseillers en création d'entreprise consultés durant l'élaboration du questionnaire. L'ACP nous a conduits à distinguer quatre construits distincts pour cette mesure (*cf.* annexe A) : le premier renvoie à la gestion des procédures administratives et juridiques (auto-efficacité entrepreneuriale administrative), le deuxième regroupe l'appréhension des risques, des marchés, des clients et des concurrents (auto-efficacité entrepreneuriale stratégique), le troisième concerne le management des personnes (auto-efficacité entrepreneuriale managériale) et le quatrième est lié à l'obtention de fonds (auto-efficacité entrepreneuriale de financement). L'échelle d'attitude envers l'entrepreneuriat a été construite à partir des mesures proposées par Gundry et Welsch (2001) ainsi que Linan et Chen (2009). À l'issue de l'analyse en composante principale, trois items ont été retenus sur les six items initialement mobilisés (*cf.* annexe A). Enfin, la variable de norme subjective a été développée sur la base d'Ajzen (1991) et de son utilisation en entrepreneuriat (Kolvereid, 1996). Ce construit combine des items rendant compte de l'encouragement de l'entourage de l'entrepreneur naissant, pondéré par l'importance que ce dernier accorde à cet encouragement. L'analyse en composantes principales nous a amenés à ne garder qu'un construit fondé sur trois items (*cf.* annexe A).

– Variables de contrôle :

Il était important d'intégrer dans notre modèle statistique certaines variables qui auraient pu constituer une explication alternative à l'intention entrepreneuriale. Pour cela, nous avons intégré huit variables dans le modèle de recherche pour éviter les interprétations abusives liées à la présence de ces facteurs actifs non contrôlés et pour tester leur pouvoir explicatif. Ces facteurs ont donc été retenus sur la base de la littérature et de leur influence potentielle sur l'intention entrepreneuriale. Pour cela, nous avons retenu certaines variables démographiques (âge, nationalité, statut professionnel, sexe de l'entrepreneur naissant), mais aussi des variables relatives au capital humain de l'entrepreneur naissant (expérience professionnelle, participation à un projet de création d'entreprise antérieur, niveau d'études) ainsi qu'une variable rendant compte de l'état d'avancement du projet de création d'entreprise.

L'annexe B présente les principales statistiques descriptives relatives aux variables intégrées dans l'analyse. Les coefficients de corrélation présentés apparaissent acceptables en ce qui concerne le risque de multicolinéarité ; en outre, ce dernier est écarté par le biais d'une série de tests supplémentaires (*cf. infra*).

Test des hypothèses

Pour tester nos hypothèses de recherche, nous avons eu recours à une analyse de régression. Nous avons écarté le risque de multicolinéarité en réalisant l'analyse de régression successivement sur 100 %, 85 % et 90 % de l'échantillon (stabilité des coefficients bêta). En outre, les valeurs de VIF (*Variance Inflation Factors*) pour les variables explicatives du modèle sont inférieures à 5. Pour évaluer l'ajustement du modèle, nous nous sommes appuyés sur le F test de Fisher-Snedecor ainsi que sur le coefficient de détermination (R^2). Nous rendons également compte de la significativité des coefficients bêta (*t* de Student) pour chacune des variables indépendantes de l'analyse. L'utilisation des coefficients bêta standardisés pour commenter les résultats issus de l'analyse de régression nous permet d'éliminer les difficultés potentielles qui seraient issues de l'utilisation d'échelles de mesure différentes (Hair *et al.*, 2010). Enfin, nous avons testé le caractère aléatoire de la distribution des termes d'erreur (diagramme des résidus) ainsi que l'homoscédasticité des résidus (diagramme de dispersion), et le caractère non autocorrélé des termes d'erreur par le biais d'un test de Durbin-Watson.

Résultats

Cet article vise à analyser l'influence de l'attitude envers l'entrepreneuriat, de la norme subjective et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue sur l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français. L'ACP initiale nous a amenés à faire deux analyses, la première portant sur l'intention entrepreneuriale elle-même et la seconde, sur la détermination entrepreneuriale des porteurs de projets. Nos résultats valident partiellement nos hypothèses en soulignant une influence positive et différenciée de ces trois variables sur l'intention entrepreneuriale. Les tableaux 1 (relatif à l'impact des antécédents sur l'intention) et 2 (relatif à l'impact des antécédents sur la détermination) présentent les résultats des analyses de régression visant à valider nos hypothèses.

Les différents modèles présentés dans le tableau 1 permettent de valider globalement nos hypothèses H1, H2 et H3 en ce qui concerne l'intention entrepreneuriale. En effet, ces résultats soulignent une influence positive significative de trois dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale (modèles 1 et 5). Nos résultats montrent également un effet positif de la norme subjective (modèles 2 et 5). Enfin, l'attitude envers l'entrepreneuriat apparaît comme un antécédent majeur de l'intention (modèles 4 et 5). De manière complémentaire, il est intéressant de noter l'influence négative significative du niveau d'études sur l'intention (modèles 1, 2 et 3) ainsi que l'impact positif de l'état d'avancement du projet (modèles 1 à 5). De plus, l'effet positif de l'attitude envers l'entrepreneuriat sur l'intention apparaît supérieur à l'effet de l'auto-efficacité entrepreneuriale administrative et managériale, lui-même étant supérieur à l'effet de la norme subjective (modèle 5).

Les modèles présentés dans le tableau 2 visent à montrer les antécédents de la détermination entrepreneuriale et permettent de compléter et d'enrichir les résultats issus du tableau 1. Ces résultats renforcent tout d'abord le constat de l'influence positive de l'état d'avancement du projet et l'impact négatif du niveau d'instruction sur la détermination (modèles 1 à 5). En revanche, de manière inattendue, le fait d'avoir participé à des projets de création antérieurs semble influencer négativement la détermination (modèles 2 et 5). Ces résultats permettent en outre de confirmer la validation de l'hypothèse H3 en soulignant l'importance du rôle de l'attitude envers l'entrepreneuriat (modèles 4 et 5). L'hypothèse H2 concernant la norme subjective n'est que partiellement validée dans le contexte de la détermination. Lorsqu'elle est analysée isolément, on retrouve l'impact positif et significatif, mais lorsque l'ensemble des variables est introduit dans le modèle cet impact diminue fortement et n'est plus significatif (modèles 3 et 5). Des différences par rapport à la première analyse sont aussi apparentes

TABEAU 1
Résultats de l'analyse de régression (intention entrepreneuriale)

<i>Variables explicatives</i>	<i>Variable dépendante: Intention entrepreneuriale (ICE32,33,37)</i>				
	Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4	Modèle 5
<i>Variables de contrôle</i>					
Nombre d'années d'expérience professionnelle (EXPROF)	-0,001	0,008	-0,009	0,012	-0,014
Participation à des projets antérieurs (PROJA)	-0,005	-0,039	-0,038	-0,027	-0,050
Niveau d'études supérieur à Bac+2 (ETUD5)	-0,129**	-0,090*	-0,126**	-0,009	-0,038
Âge de l'entrepreneur (ÂGE)	-0,061	-0,058	0,019	-0,035	0,019
Sexe de l'entrepreneur (SEXE)	0,029	0,021	-0,014	0,027	0,022
Nationalité de l'entrepreneur (NATION)	0,007	-0,027	-0,036	-0,035	-0,083
Statut (actif ou non actif) (ACTIF)	-0,078	-0,041	-0,029	-0,065	-0,029
État d'avancement du projet (NBACT)	0,343***	0,236***	0,356***	0,243***	0,212***
<i>Variables indépendantes</i>					
Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (AEEP13,14,16)		0,125**			0,138**
Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique (AEEP6,7,8)		0,094			0,064
Auto-efficacité entrepreneuriale managériale (AEEP9)		0,154**			0,179***
Auto-efficacité entrepreneuriale de financement (AEEP11)		0,118**			0,031
Norme subjective (SE x SI27,28,29)			0,289***		0,112**
Attitude envers l'entrepreneuriat (AE23,24,25)				0,541***	0,385***
R ² ajusté	0,127	0,209	0,201	0,391	0,408
F test	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

* p < 0,1 ** p < 0,05 *** p < 0,01

TABLEAU 2
Résultats de l'analyse de régression (détermination entrepreneuriale)

<i>Variables explicatives</i>	<i>Variable dépendante: Détermination entrepreneuriale (ICE34,36)</i>				
	Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4	Modèle 5
<i>Variables de contrôle</i>					
Nombre d'années d'expérience professionnelle (EXPROF)	-0,044	-0,102	-0,055	-0,052	-0,109
Participation à des projets antérieurs (PROJA)	-0,043	-0,110**	-0,085	-0,061	-0,133**
Niveau d'études supérieur à Bac+2 (ETUD5)	-0,266***	-0,270***	-0,200***	-0,166***	-0,133**
Âge de l'entrepreneur (ÂGE)	-0,068	-0,004	0,001	-0,020	0,021
Sexe de l'entrepreneur (SEXE)	0,059	0,059	-0,008	0,070	0,028
Nationalité de l'entrepreneur (NATION)	0,071	0,056	0,014	0,034	-0,009
Statut (actif ou non actif) (ACTIF)	0,053	0,042	0,076	0,054	0,045
État d'avancement du projet (NBACT)	0,166***	0,112**	0,158***	0,080*	0,039
<i>Variables indépendantes</i>					
Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (AEEP13,14,16)		0,061			0,093
Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique (AEEP6,7,8)		0,139*			0,146**
Auto-efficacité entrepreneuriale managériale (AEEP9)		0,088			0,078
Auto-efficacité entrepreneuriale de financement (AEEP11)		0,059			0,007
Norme subjective (SE x SI27,28,29)			0,190***		0,047
Attitude envers l'entrepreneuriat (AE23,24,25)				0,473***	0,427***
R ² ajusté	0,104	0,165	0,187	0,305	0,336
F test	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

* p < 0,1 ** p < 0,05 *** p < 0,01

en matière d'auto-efficacité entrepreneuriale, puisque dans cette deuxième analyse, seule l'auto-efficacité stratégique montre une influence positive significative sur la détermination (modèles 2 et 5), ce qui nous permet de ne valider que partiellement l'hypothèse H1. Enfin, comme pour le modèle concernant l'intention, on peut constater un effet positif de l'attitude envers l'entrepreneuriat sur la détermination supérieur à l'effet de l'auto-efficacité entrepreneuriale, lui-même étant supérieur à l'effet de la norme subjective (modèle 5).

Discussion

Cette application des modèles d'intention à des porteurs de projets français illustre l'intérêt de l'approche dans un tel contexte. Plusieurs remarques s'imposent à la lecture de nos résultats. Tout d'abord, si l'on analyse l'influence de chacun des antécédents individuellement, les trois apparaissent comme influençant à la fois l'intention et la détermination des porteurs de projets à devenir entrepreneurs.

Les chercheurs s'accordent généralement sur l'effet significatif de l'attitude et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue sur l'intention (Fitzsimmons et Douglas, 2011) et nos résultats ne font pas exception. En ce qui concerne l'impact controversé de la norme subjective (Kolvereid, 1996; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000; Emin, 2004), nos résultats soulignent un effet significatif positif de cette variable sur l'intention et la détermination. Nous pensons que cet effet pourrait être lié à l'importance du capital social, le réseau social permettant à un individu d'accéder à des ressources qu'il ne possède pas directement (Aldrich et Martinez, 2001), au stade auquel se trouvent nos répondants. En effet, il a été montré que durant le montage de projet, les entrepreneurs naissants mobilisent leurs proches pour tester leurs idées (Greve et Salaff, 2003), pour les aider à rassembler des ressources nécessaires à leur activité, ou encore pour des conseils, de l'information et du soutien moral (Birley, 1985). Ainsi, certains auteurs considèrent que l'encouragement reçu de la part de proches est une composante significative du capital social d'un individu (Davidsson et Honig, 2003). En outre, l'opérationnalisation retenue pour ce construit et les référents sélectionnés à la suite de l'ACP (notons, l'absence de la famille parmi les items retenus) pourraient avoir joué un rôle (Krueger et Kickul, 2006). À ce sujet, compte tenu de la relative jeunesse du champ de l'entrepreneuriat, le manque d'instruments de mesure communs a par ailleurs déjà été cité comme pouvant influencer les résultats des études entreprises dans différents contextes (Kickul, Krueger et Maxfield, 2005).

Concernant l'impact relatif différencié des antécédents de l'intention et de la détermination, nos résultats peuvent être interprétés à la lumière de Ajzen (1991) qui précise qu'ils peuvent, selon les contextes, présenter des contributions variables, voire ponctuellement non significatives, à l'explication de l'intention (Ajzen, 1991). De fait, si les modèles d'intention sont aujourd'hui reconnus comme étant particulièrement adaptés au domaine de l'entrepreneuriat, ils « ne sont pas nécessairement universels [...] Les intentions des entrepreneurs peuvent suivre différents chemins » (Krueger et Kickul, 2006, p. 1). Des éléments de contingence, liés à la culture, au sexe, aux styles cognitifs ou à l'origine géographique, pourraient expliquer une hiérarchie variable des antécédents quant à l'importance de leur impact sur l'intention ou la détermination.

Ainsi, l'influence plus importante de l'attitude envers l'entrepreneuriat par rapport à l'auto-efficacité perçue, nous permet de confirmer les conclusions obtenues par de précédentes études françaises (Emin, 2004), qui se démarquent de recherches menées dans d'autres pays (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000; Autio *et al.*, 2001). Ce constat suggère, comme proposé par d'autres (Emin, Boissin et Chollet, 2005; Krueger et Kickul, 2006), l'existence d'un effet culturel sur l'importance relative des antécédents de l'intention entrepreneuriale. La prépondérance de l'attitude envers l'entrepreneuriat a également des implications pratiques. En effet, cela indique que l'attrait perçu et la réduction des coûts d'opportunité perçus constituent des leviers d'action pour augmenter l'intention et la détermination dans le contexte français. En pratique, il semble donc que, plus que des informations techniques sur le montage de projet, les actions visant à accroître l'attractivité du statut d'entrepreneur par rapport à celui de salarié sont celles susceptibles d'avoir le plus d'effets dans ce pays. Concernant la réduction des coûts d'opportunité, des dispositifs tels que le congé pour création d'entreprise ou le statut récemment créé d'auto-entrepreneur, qui permettent tous deux de travailler sur une création d'entreprise sans avoir à abandonner son emploi salarié, paraissent susceptibles d'avoir des effets sur l'intention et la détermination des entrepreneurs naissants français.

Certains résultats concernant nos variables de contrôle prêtent aussi à discussion. Concernant l'intention entrepreneuriale, l'effet de l'état d'avancement du projet saute aux yeux. Nous interprétons cela comme une illustration du principe d'escalade dans l'engagement décrit par Bruyat (1993). Plus l'individu avance dans le processus, plus il entreprend des actions en vue de créer son activité, et plus son engagement est fort et il lui devient difficile d'abandonner le projet (Bruyat, 1993; Fayolle et Degeorge, 2007). D'un côté pratique, cette variable illustre aussi l'hétérogénéité des projets auxquels doivent répondre les conseillers en création d'entreprise et la nécessité

d'adapter les prestations qu'ils proposent à des profils très différents. De fait, même si nous avons fait le choix de les conserver dans l'analyse, il est probable que certains porteurs de projets de notre étude soient très proches du lancement de leur activité.

Concernant la détermination entrepreneuriale, l'impact négatif significatif de l'instruction sur la détermination peut surprendre. Toutefois, si l'on raisonne en termes de coût d'opportunité, un niveau d'études élevé peut refléter un nombre d'options professionnelles plus élevé pour l'entrepreneur qui se sent donc moins « pressé » de s'engager dans une création d'entreprise (Amit, Muller et Cockburn, 1995). Toujours dans ce modèle, la participation à un projet antérieur a un effet négatif qui peut paraître surprenant. Il faut toutefois rappeler que, dans notre étude, cet effet négatif concerne la détermination de l'individu à entreprendre, autrement dit la place qu'a ce projet de création d'entreprise dans sa vie. Un tel effet négatif a déjà été signalé sur la probabilité de se lancer dans une création d'entreprise aux États-Unis (Kim, Aldrich et Keister, 2006). Une des limitations soulignées par ces auteurs pour leur étude est aussi présente dans la nôtre : l'opérationnalisation retenue ne permet pas de différencier entre les projets précédents ayant échoué et ceux ayant réussi. Nous pensons aussi que ce coefficient négatif pourrait signifier que les leçons tirées par ces individus de leurs expériences précédentes incluent à la fois un intérêt maintenu pour la création d'entreprise et la volonté qu'un engagement dans un nouveau projet ne se fasse pas au détriment d'autres aspects de leur vie.

Conclusion

Alors qu'il n'existe, à notre connaissance, aucune étude centrée sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale d'entrepreneurs naissants engagés dans une prise de conseils sur leurs projets, nos résultats permettent de montrer l'influence significative de l'auto-efficacité entrepreneuriale, de la norme subjective et de l'attitude envers l'entrepreneuriat. En outre, notre étude introduit la possibilité d'une distinction entre intention et détermination entrepreneuriale. Enfin, nous soulignons le rôle prédominant de l'attitude envers l'entrepreneuriat parmi les antécédents de l'intention, mais également le rôle différencié de la norme subjective et des diverses composantes de l'auto-efficacité, selon que l'on considère l'intention ou la détermination entrepreneuriale. En ce sens, l'analyse menée nous permet de relever des points de convergence avec d'autres recherches françaises (concernant la prépondérance de l'attitude envers l'entrepreneuriat par exemple), mais aussi des divergences (en ce qui concerne l'effet de la norme subjective, ici significatif). Cela souligne la nécessité de continuer les recherches dans ce

domaine dans le pays. La volonté des pouvoirs publics français d'encourager la création d'entreprise est constamment réaffirmée. Nos résultats indiquent que des actions visant à réduire les coûts d'opportunités d'une carrière entrepreneuriale par rapport à une carrière salariée pourraient, en agissant sur les principaux concernés, les porteurs de projets, encourager l'entrepreneuriat dans le pays. L'engouement affiché pour le régime récemment créé d'auto-entrepreneur qui permet de démarrer une activité tout en conservant son emploi salarié nous semble illustrer ce phénomène. Eu égard aux programmes de sensibilisation ou de formation à l'entrepreneuriat, le fait que les dimensions administratives et managériales, d'une part, et la dimension stratégique de l'auto-efficacité entrepreneuriale, d'autre part, soient celles qui conditionnent respectivement l'intention et la détermination indique que c'est sur ces aspects qu'ils devraient se concentrer en premier lieu. Enfin, même si son effet est moins prononcé que celui des autres antécédents, l'influence décelée pour la norme subjective sur l'intention des porteurs de projet suggère qu'outre le soutien technique, les encouragements et le soutien moral prodigués par les conseillers en création d'entreprise pourraient avoir un effet positif sur l'intention entrepreneuriale. De plus, si notre interprétation concernant le lien avec le capital social est correcte, les organismes d'aide à la création d'entreprise pourraient aussi viser à pallier le manque de réseau social de soutien de certains porteurs de projets en leur permettant d'échanger sur leurs projets avec des interlocuteurs appropriés.

Un certain nombre de limites sont à souligner cependant, notamment par comparaison avec d'autres recherches internationales auxquelles nous avons fait référence. Le choix de la population étudiée (des porteurs de projets s'adressant à un organisme de soutien à la création d'entreprise) peut introduire des biais concernant le profil des porteurs de projets présents dans notre étude, attribuables entre autres au fait qu'ils ne représentent qu'une minorité de l'ensemble des porteurs de projets (Davidsson, 2005) ou à de possibles effets d'autosélection (Storey, 2003). Cela implique que les résultats ne prétendent pas être généralisables à l'ensemble des porteurs de projets français, mais constitue une première approche de cette population dans ce pays. Pour cette étude, nous avons pris le parti d'analyser uniquement les effets directs des antécédents et variables de contrôle sur l'intention entrepreneuriale. Les relations et interactions entre les différentes variables sont plus complexes (Emin, 2004; Linan, 2007) et les variables démographiques qui n'apparaissent pas toutes significatives dans notre étude pourraient influencer les intentions de manière indirecte à travers les antécédents (Kolvereid, 1996). Des analyses de données plus poussées devraient donc être incluses dans les recherches futures afin d'apporter de nouveaux éclairages sur ces interactions. De plus, pour reprendre les mots de Krueger, Reilly et Carsrud

(2000, p. 425), «en fin de compte, ce qui nous intéresse c'est le comportement». Le lien entre intention et comportement est parfois discuté et reste à démontrer (Katz, 1990; Boissin et Emin, 2006). Cette étude basée sur des données collectées auprès de porteurs de projets en début de parcours ne permet pas d'observer leur comportement final, la transformation ou non des projets en créations effectives. Toutefois, l'intérêt de mener des études sur des porteurs de projets réside notamment dans le fait qu'ils sont beaucoup plus proches de la décision de création que le sont par exemple des étudiants. Par conséquent, en termes de recherche, ils donnent la possibilité d'envisager des études longitudinales dans des délais à la fois acceptables pour les praticiens et réalisables pour les chercheurs, afin de déterminer ce qui influence la transformation d'intentions affichées en créations effectives. Enfin, si nous avons considéré l'attitude envers l'entrepreneuriat comme le principal antécédent à la fois de l'intention et de la détermination entrepreneuriale, notre étude ne permet pas d'analyser les antécédents de cette attitude, les croyances de comportement. Des études sur des étudiants indiquent que les valeurs professionnelles favorisées par la personne influent sur son attrait pour l'entrepreneuriat (Kolvereid, 1996; Boissin, Chollet et Emin, 2007). Des recherches concernant les valeurs professionnelles importantes pour les porteurs de projets français restent nécessaires afin de mieux comprendre le phénomène et d'identifier plus précisément des leviers d'action pour ceux qui les conseillent.

ANNEXE A

Récapitulatif des mesures finales des variables (après analyse factorielle)

Auto-efficacité entrepreneuriale perçue

« Pour chaque élément suivant (et sur l'échelle présentée), dans quelle mesure vous sentez-vous capable d'accomplir l'action décrite (pas du tout capable / tout à fait capable) ? »

Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (Alpha = 0,746)

- Trouver des personnes et/ou organismes compétents pour vous aider et vous conseiller.
- Effectuer les formalités administratives liées à la création d'une organisation.
- Sélectionner un statut juridique pour votre activité.

Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique (Alpha = 0,838)

- Estimer les risques d'un projet.
- Identifier les informations pertinentes sur les marchés et les clients.
- Identifier les informations pertinentes sur les concurrents.

Auto-efficacité entrepreneuriale managériale

- Cadre des personnes (coordonner et motiver d'autres personnes).

Auto-efficacité entrepreneuriale de financement

- Obtenir des fonds de proximité, de votre entourage.
-

Attitude envers l'entrepreneuriat (Alpha = 0,794)

« Merci de vous prononcer sur votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (tout à fait d'accord / pas du tout d'accord). »

- Je préférerais avoir ma propre affaire plutôt que de gagner un meilleur salaire en étant employé(e) par quelqu'un d'autre.
 - Je suis prêt(e) à faire d'importants sacrifices personnels pour devenir entrepreneur.
 - Parmi toutes les options professionnelles possibles, je préfère être entrepreneur.
-

Norme subjective × Importance de la norme subjective (Alpha = 0,794)

- [Pensez-vous que vos meilleurs amis **vous encourageraient** à créer votre entreprise ? (non, bien au contraire / oui, fortement)] × [Quelle est l'importance de l'opinion de vos meilleurs amis **pour vous** ? (pas du tout importante / très importante)].
- [Pensez-vous que votre mentor / modèle professionnel **vous encouragerait** à créer votre entreprise ? (non, bien au contraire / oui, fortement)] × [Quelle est l'importance de l'opinion de votre mentor / modèle professionnel **pour vous** ? (pas du tout importante / très importante)].

- [Pensez-vous que d'autres personnes importantes pour vous **vous encourageraient** à créer votre entreprise ? (non, bien au contraire / oui, fortement)] × [Quelle est l'importance de l'opinion d'autres personnes importantes **pour vous** ? (pas du tout importante / très importante)].

Intention entrepreneuriale (Alpha = 0,851)

«Merci de vous prononcer sur votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (tout à fait d'accord / pas du tout d'accord).»

- Je ferai tout ce qui sera nécessaire pour devenir entrepreneur.
- J'ai la ferme intention de devenir entrepreneur un jour.
- J'ai la ferme intention de devenir entrepreneur dans l'année qui vient.

Détermination entrepreneuriale (Alpha = 0,585*)

«Merci de vous prononcer sur votre degré d'accord avec les affirmations suivantes (tout à fait d'accord / pas du tout d'accord).»

- Mon projet de création d'entreprise est l'activité la plus importante de ma vie.
- Il n'y a pas de limites au temps pendant lequel je consacrerai un effort maximum à établir mon activité.

* Bien que faible, cette valeur de l'alpha a été jugée acceptable en raison du caractère exploratoire de la mesure ainsi que du faible nombre d'items la composant. En effet, dans le cas de mesures exploratoires, la valeur acceptée pour l'alpha est de 0,6 (Hair *et al.*, 2010), ce qui est très proche de notre score ; en outre, le faible nombre d'items composant une mesure a tendance à réduire le score de l'alpha. Cependant, cette valeur correspondant au seuil inférieur de l'acceptabilité, les analyses reposant sur cette variable devront être interprétées avec circonspection.

ANNEXE B
Statistiques descriptives (corrélations, moyenne, écart type, minimum et maximum)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Nationalité de l'entrepreneur																
2. Participation à des projets antérieurs																
3. Niveau d'études supérieur à Bac+2																
4. Statut (actif ou non actif)																
5. Sexe de l'entrepreneur																
6. Nombre d'années d'expérience professionnelle																
7. Âge de l'entrepreneur							0,58*									
8. État d'avancement du projet							-0,03	-0,01								
9. Auto-efficacité entrepreneuriale administrative (AEEP1,3,14,16)							-0,04	-0,03	0,24*							
10. Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique							-0,01	-0,05	0,24*	0,54*						
11. Auto-efficacité entrepreneuriale managériale							0,17*	0,06	0,11*	0,28*	0,33*					
12. Auto-efficacité entrepreneuriale de financement							-0,04	-0,04	0,20	0,31*	0,26*	0,12*				
13. Norme subjective							-0,10	-0,09	0,06	0,19*	0,21*	0,14*	0,18*			
14. Attitude envers l'entrepreneuriat							-0,03		0,13*	0,20*	0,24	0,18*	0,18*	0,19*		
15. Intention entrepreneuriale																
16. Détermination entrepreneuriale																
Moyenne							11,97	34,62	2,95	4,75	5,04	5,44	4,28	28,49	5,33	5,33
Écart type							9,55	10,13	2,75	1,26	1,20	1,41	1,83	12,18	1,29	1,24
Minimum	0	0	0	0	0	0	17	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	1	1	1	1	1	44	66	12	7	7	7	7	7	49	7	7

* Significatif

Bibliographie

- AJZEN, I. (1991), «The theory of planned behavior», *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, p. 179-211.
- AJZEN, I. (2001), «Nature and operation of attitudes», *Annual Review of Psychology*, vol. 52, n° 1, p. 27-58.
- AJZEN, I. (2002), «Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior», *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 32, p. 665-683.
- AJZEN, I. et N. GILBERT COTE (2008), «Attitudes and the prediction of behavior», dans W.D. Crano et R. Prislin (dir.), *Attitudes and Attitude Change*, New York, Psychology Press, p. 289-311.
- ALDRICH, H.E. et M. A. MARTINEZ (2001), «Many are called, but few are chosen: an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, p. 41-56.
- AMIT, R., E. MULLER et I. COCKBURN (1995), «Opportunity costs and entrepreneurial activity», *Journal of Business Venturing*, vol. 10, n° 2, p. 95-106.
- AUDRETSCH, D. B. et M. FRITSCH (2003), «Linking entrepreneurship to growth: the case of West Germany», *Industry and Innovation*, vol. 10, n° 1, p. 65-73.
- AUTIO, E., R.H. KEELEY, M. KLOFSTEN, G.G.C. PARKER et M. HAY (2001), «Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA», *Enterprise & Innovation Management Studies*, vol. 2, n° 2, p. 145-160.
- BANDURA, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- BIRD, B. (1988), «Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention», *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 442-453.
- BIRD, B. et M. JELINEK (1988), «The operation of entrepreneurial intentions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, n° 2, p. 21-29.
- BIRLEY, S. (1985), «The role of networks in the entrepreneurial process», *Journal of Business Venturing*, vol. 1, n° 1, p. 107-117.
- BOISSIN, J.-P., B. CHOLLET et S. EMIN (2007), «Explaining the intention to start a business among French students: a closer look at professional beliefs», dans A. Fayolle (dir.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Cheltenham, Edward Elgar, p. 266-281.
- BOISSIN, J.-P., B. CHOLLET et S. EMIN (2008), «Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise: un état des lieux», *Revue française de gestion*, vol. 180, p. 25-43.
- BOISSIN, J.-P. et S. EMIN (2006), «Les étudiants et l'entrepreneuriat: l'effet des formations», XV^e Conférence AIMS, Annecy/Genève, 13-16 juin.
- BRUYAT, C. (1993). *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse pour le doctorat ès sciences de gestion, Université Pierre-Mendès-France, École Supérieure des Affaires, Grenoble, France.

- CARR, J.C. et J.M. SEQUIERA (2007), «Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach», *Journal of Business Research*, vol. 60, n° 10, p. 1090-1098.
- CASSAR, G. (2006), «Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth», *Journal of Business Venturing*, vol. 21, n° 5, p. 610-632.
- CASSAR, G. et J. CRAIG (2009), «An investigation of hindsight bias in nascent venturing activity», *Journal of Business Venturing*, vol. 24, n° 2, p. 149-164.
- DAVIDSSON, P. (2005), «Method issues in the study of venture start-up processes», dans A. Fayolle, J. Ulijn et P. Kyrö (dir.), *Entrepreneurship Research in Europe: Outcomes and Perspectives*, Cheltenham, Edward Elgar, p. 35-54.
- DAVIDSSON, P. et B. HONIG (2003), «The role of social and human capital among nascent entrepreneurs», *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n° 3, p. 301-331.
- DE NOBLE, F., D. JUNG et S.B. EHRLICH (1999), «Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action», dans R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Manigart, C.M. Masson, G.D. Meyer, H.J. Sapeinza et K.G. Shaver (dir.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Waltham, MA, P&R Publications, p. 73-87.
- EMIN, S. (2004), «Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention», *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 3, n° 1, p. 1-20.
- EMIN, S., J.-P. BOISSON et B. CHOLLET (2005), «Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat: éléments d'analyse pour l'action», XIV^e Conférence AIMS, Angers, 6-9 juin.
- ENGLE, R.L., N. DIMITRIADI, J.V. GAVIDIA, C. SCHLAEGEL, S. DELANOE, I. ALVARADO, X. HE, S. BUAME et B. WOLFF (2010), «Entrepreneurial intent: a twelve country evaluation of Ajzen's model of planned behavior», *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 16, n° 1.
- EVANS, D.S. et L.S. LEIGHTON (1989), «Some empirical aspects of entrepreneurship», *The American Economic review*, vol. 79, n° 3, p. 519-535.
- FAYOLLE, A. et J.-M. DEGEORGE (2007), «Création d'entreprise et théories psychosociales de l'engagement: une approche exploratoire», *Gestion 2000*, vol. 24, n° 4, p. 95-112.
- FAYOLLE, A., A. GROEN et D. ULIJN (2006), «Teaching diversity in technology entrepreneurship: some experiences from The Netherlands and France», *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 3, n° 5, p. 517-537.
- FAYOLLE, A., J. ULIJN et P. KYRÖ (2005), «Entrepreneurship debate in Europe: a matter of culture and history», dans A. Fayolle, J. Ulijn et P. Kyrö (dir.), *Entrepreneurship Research in Europe: Outcomes and Perspectives*, Cheltenham, Edward Elgar, p. 1-31.
- FISHBEIN, M. et I. AJZEN (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, MA, Addison-Wesley.

- FITZSIMMONS, J.R. et E.J. DOUGLAS (2011), «Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions», *Journal of Business Venturing*, vol. 26, n° 4, p. 431-440.
- GARTNER, W.B. (1988), «“Who is an entrepreneur?” is the wrong question», *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, p. 11-32.
- GREVE, A. et J.W. SALAFF (2003), «Social networks and entrepreneurship», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, n° 1, p. 1-22.
- GUNDRY, L.K. et H.P. WELSCH (2001), «The ambitious entrepreneur: high growth strategies of women-owned enterprises», *Journal of Business Venturing*, vol. 16, n° 5, p. 453-470.
- HAIR, J.F., W. C. BLACK, B.J. BABIN et R.E. ANDERSON (2010), *Multivariate Analysis. A Global Perspective*, 7^e éd., Upper Saddle River, Pearson.
- HARDY, M.A. (1993), «Regression with dummy variables», *Sage University Paper series on Quantitative Applications in the Social Sciences* (series no 07-093), Newbury Park, Sage.
- JOHNSON, P.S., S.C. PARKER et F. WIJBENGA (2005), «Nascent entrepreneurship research: achievements and opportunities», *Small Business Economics*, vol. 27, n° 1, p. 1-4.
- KATZ, J. (1990), «Longitudinal analysis of self-employment follow-through», *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 2, n° 1, p. 15-25.
- KATZ, J. et W.B. GARTNER (1988), «Properties of emerging organizations», *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 429-441.
- KICKUL, J., N.F. KRUEGER et S. MAXFIELD (2005), «Introduction to special issue on measurement issues in entrepreneurship studies», *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 8, n° 2, p. 5-7.
- KICKUL, J., F. WILSON, D. MARLINO et S.D. BARBOSA (2008), «Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens?», *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 15, n° 2, p. 321-335.
- KIM, P.H., H.E. ALDRICH et L.A. KEISTER (2006), «Access (not) denied: the impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States», *Small Business Economics*, vol. 27, n° 1, p. 5-22.
- KOELLINGER, P., M. MINNITI et C. SCHADE (2007), «“I think I can, I think I can”: overconfidence and entrepreneurial behavior», *Journal of Economic Psychology*, vol. 28, n° 4, p. 502-527.
- KOLVEREID, L. (1996), «Prediction of employment status choice intentions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21, n° 1, p. 47-57.
- KRUEGER, N.F. (1993), «The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n° 1, p. 5-21.
- KRUEGER, N.F. (2007), «What lies beneath? The experiential nature of entrepreneurial thinking», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 1, p. 123-138.

- KRUEGER, N.F. et A.L. CARSRUD (1993), « Entrepreneurial intentions : applying the theory of planned behaviour », *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 5, n° 4, p. 315-330.
- KRUEGER, N.F. et J. KICKUL (2006), « So you thought the intentions model was simple ? Cognitive style and the specification of entrepreneurial intentions models ». [en ligne] <http://ssrn.com/abstract=1150881> (consulté le 22 mai 2009).
- KRUEGER, N.F., M. D. REILLY et A.L. CARSRUD (2000), « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, n° 5/6, p. 411-432.
- LEYRONAS, C. et S. SAMMUT (2000), « Le réseau, processus organisé et organisant de la création et du démarrage des petites entreprises ? » IX^e Conférence AIMS, Montpellier, 24-26 mai.
- LINAN, F. (2007), « Skill and value perceptions : how do they affect entrepreneurial intentions ? », *The International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 4, n° 3, p. 257-272.
- LINAN, F. et Y.-W. CHEN (2009), « Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, n° 3, p. 593-617.
- LINAN, F. et F.J. SANTOS (2007), « Does social capital affect entrepreneurial intentions ? », *International Advances in Economic Research*, vol. 13, n° 4, p. 443-453.
- MESSEGHEM, K. et S. SAMMUT (2007), « Poursuite d'opportunité au sein d'un structure d'accompagnement : entre légitimité et isolement », *Gestion 2000*, vol. 24, n° 3, p. 65-81.
- REYNOLDS, P.D. (1987), « New firms : societal contribution versus survival potential », *Journal of Business Venturing*, vol. 2, p. 231-246.
- REYNOLDS, P.D. (2005), « Understanding business creation : serendipity and scope in two decades of business creation studies », *Small Business Economics*, vol. 24, n° 4, p. 359-364.
- REYNOLDS, P.D., W.D. BYGRAVE, E. AUTIO, L.W. COX et M. HAY (2002), *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*.
- REYNOLDS, P.D., D. STOREY et P. WESTHEAD (1994), « Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates », *Regional Studies*, vol. 28, n° 4, p. 443-456.
- SAMMUT, S. (2003), « L'accompagnement de la petite entreprise en création : entre autonomie, improvisation et créativité », dans S. Marion, X. Noel, S. Sammut et P. Senicourt (dir.), *Réflexions sur les outils et méthodes à l'usage du créateur d'entreprise*, Lille, Les Éditions de l'ADREG, p. 13-35.
- SHAPERO, A. et L. SOKOL (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », dans C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (dir.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, p. 72-90.

- STOREY, D. (2003), « Entrepreneurship, small and medium sized enterprises and public policies », dans Z.J. Acs et D.B. Audretsch (dir.), *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*, New York, Springer.
- TOWNSEND, D.M., L.W. BUSENITZ et J.D. ARTHURS (2010), « To start or not to start : outcome and ability expectations in the decision to start a new venture », *Journal of Business Venturing*, vol. 25, n° 2, p. 192-202.
- VAN AUKEN, H. (1999), « The business launch decision : an empirical investigation of reasons for not starting a business », *Journal of Small Business Strategy*, vol. 10, n° 2, p. 43-54.