

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC A TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN ADMINISTRATION DES AFFAIRES

PAR
RADO FRANCK ANDRIAMANDRESY

LES EFFETS DU MENTORAT SUR L'INTENTION D'ENTREPRENDRE DES
ÉTUDIANTS UNIVERSITAIRES

AOÛT 2014

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

SOMMAIRE

Sachant la relation positive qui existe entre la création d'entreprises et l'activité économique, plusieurs pays cherchent à stimuler l'intention d'entreprendre de leurs citoyens. La recherche que nous allons mener concerne notamment les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Par ailleurs, le rôle de médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale entre le mentorat et l'intention d'entreprendre sera aussi vérifié au cours de celle-ci. L'auto-efficacité est définie comme la croyance d'un individu en sa capacité d'exécuter un ensemble de tâches spécifiques (Bandura, 1977). Plus précisément, McGee, Peterson, Mueller et Sequeira (2009) soutiennent que l'auto-efficacité entrepreneuriale est la croyance d'un individu en sa capacité à démarrer avec succès une entreprise. Nous investiguerons plus précisément ce concept dans notre recherche.

Afin de mener à bien cette étude, la Chaire de recherche UQTR sur la carrière entrepreneuriale nous a permis d'utiliser les données d'une vaste enquête auprès de 1856 étudiants provenant de plusieurs universités dont la majorité est québécoise, mais aussi belge, française, algérienne et brésilienne. Toutefois, la recherche se focalise uniquement sur les universités québécoises pour en améliorer la validité. Au final, notre échantillon sera de 819 étudiants provenant de plusieurs domaines et de différents niveaux d'études répartis dans dix universités québécoises.

Quant à la mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale, nous nous sommes basés sur les travaux de McGee et al., (2009) en retenant les cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale proposées, à savoir : la reconnaissance d'opportunités, la planification, les compétences humaines et conceptuelles, les compétences financières et la définition de la finalité principale de l'entreprise. En outre, nous avons procédé à des régressions hiérarchiques afin de vérifier le degré de relation entre les variables, mais

surtout, pour tester l'effet médiateur potentiel de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur la relation entre le mentorat et l'intention d'entreprendre des étudiants.

Les résultats de la présente recherche ont fait ressortir le rôle de médiateur partiel de l'auto-efficacité entrepreneuriale entre le mentorat et l'intention d'entreprendre. La relation positive et significative entre les quatre dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre a aussi été vérifiée à l'exception des compétences humaines et conceptuelles, dont la relation s'avère négative. Par ailleurs, le fait d'avoir un mentor exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre, bien que l'effet de cette relation ne soit pas très fort dans le contexte étudié. Les résultats obtenus nous laissent penser que dans des conditions optimales où la mesure du mentorat serait améliorée, il est probable que l'effet du mentorat soit plus grand pour influencer l'intention d'entreprendre directement et au travers de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Nous suggérons donc de poursuivre les travaux dans ce sens et de mettre en place des projets pilotes de mentorat formel dans les universités pour soutenir les étudiants intéressés à devenir entrepreneur.

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	iv
LISTE DES TABLEAUX	viii
LISTE DES FIGURES	ix
LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS	x
REMERCIEMENTS	xi
CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE	12
1.1- PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE.....	12
1.2- PROBLÉMATIQUE THÉORIQUE	14
CHAPITRE 2 : LA REVUE DE LITTÉRATURE	17
2.1- L'ENTREPRENEURIAT	17
2.2- L'INTENTION D'ENTREPRENDRE	18
2.2.1- Définition de l'intention d'entreprendre	18
2.2.2- Les théories sur l'intention d'entreprendre	19
2.2.2.1- <i>Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)</i> .	20
2.2.2.2- <i>La théorie du comportement planifié d'Azjen (1991) (TCP)</i>	21
2.2.2.3- <i>La théorie sociocognitive de Lent et al., (2002) (TSC)</i>	24
2.2.2.4- <i>Choix du modèle de recherche à mobiliser</i>	25
2.3- L'AUTO-EFFICACITÉ	28
2.3.1- Définition de l'auto-efficacité	28
2.3.2- L'auto-efficacité entrepreneuriale	29
2.3.3- L'auto-efficacité des étudiants universitaires	29

2.4- LES SOURCES DE L'AUTO-EFFICACITÉ	30
2.4.1- Les sources de l'auto-efficacité selon Bandura	31
2.4.1.1- <i>L'expérience active de la maîtrise</i>	<i>31</i>
2.4.1.2- <i>L'expérience vicariante</i>	<i>32</i>
2.4.1.3- <i>La persuasion verbale.....</i>	<i>32</i>
2.4.1.4- <i>Les états psychologiques et émotionnels</i>	<i>33</i>
2.4.2- Le développement de l'auto-efficacité en contexte entrepreneurial.....	34
2.4.2.1- <i>L'expérience de la maîtrise</i>	<i>34</i>
2.4.2.2- <i>L'expérience vicariante</i>	<i>35</i>
2.4.2.3- <i>La persuasion verbale.....</i>	<i>36</i>
2.4.2.4- <i>Les états psychologiques et émotionnels</i>	<i>37</i>
2.5 - LES DIMENSIONS DE L'AUTO-EFFICACITÉ ENTREPRENEURIALE.....	37
2.5.1 - La reconnaissance d'opportunités d'affaires	39
2.5.2 - La planification	40
2.5.3 - La définition de la finalité de l'entreprise	40
2.5.4 - Les compétences humaines et conceptuelles	41
2.5.5 – Les compétences financières	41
2.6- LE MENTORAT DE L'ENTREPRENEUR	42
2.7- LES FACTEURS INTERVENANT DANS L'INTENTION D'ENTREPRENDRE.....	43
2.7.1- L'intention d'entreprendre et le sexe	43
2.7.2- L'intention d'entreprendre et la famille en affaires.....	45
2.7.3- L'intention d'entreprendre et les normes subjectives.....	46
2.7.4- L'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre	46

2.7.5- Le mentorat et l'auto-efficacité entrepreneuriale	48
2.7.6- Le mentorat et l'intention d'entreprendre.....	49
2.8 - LE CADRE CONCEPTUEL	50
2.8.1 - Le modèle de recherche.....	50
2.8.2 - Les hypothèses de recherche.....	53
CHAPITRE 3 : LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	55
3.1- LA STRATÉGIE DE RECHERCHE	55
3.2- LA POPULATION ÉTUDIÉE	56
3.3- L'ÉCHANTILLONNAGE.....	56
3.4- LA COLLECTE DE DONNÉES.....	58
3.5- LES INSTRUMENTS DE MESURE	58
3.5.1- La variable indépendante	58
3.5.2- La variable dépendante.....	59
3.5.3- La variable médiatrice	61
3.5.4- Les variables de contrôle.....	64
3.6- LES MÉTHODES D'ANALYSE	71
CHAPITRE 4 : LA PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....	73
4.1- L'ANALYSE CORRÉLATIONNELLE	73
4.2- L'ANALYSE DES REGRESSIONS.....	75
4.2.1- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale- Reconnaissance d'opportunités	75
4.2.2- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale- Planification.....	77

4.2.3- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale- Définition de la finalité principale de l'entreprise	79
4.2.4- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale- Compétences humaines et conceptuelles.....	81
4.2.5- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale- Compétences financières	83
4.2.6- La régression hiérarchique de l'intention d'entreprendre.....	84
4.2.7- La régression hiérarchique du modèle final de recherche.....	86
4.3- VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES.....	89
CHAPITRE 5 : DISCUSSION	93
5.1- DISCUSSION AUTOUR DES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE	93
5.2- LIMITES DE LA RECHERCHE	99
5.3- PROPOSITIONS POUR D'ÉVENTUELLES RECHERCHES.....	100
CONCLUSION.....	102
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	104
ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE EN LIGNE	113

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : La population totale étudiée.....	56
Tableau 2 : La mesure du mentorat.....	59
Tableau 3 : La mesure de l'intention d'entreprendre (Thompson, 2009)	59
Tableau 4- La mesure des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale	61
Tableau 5 : Profil sociodémographique	65
Tableau 6 : La mesure des facteurs concernant les normes subjectives (1).....	65
Tableau 7 : La mesure des facteurs concernant les normes subjectives(2).....	66
Tableau 8- La mesure de l'exposition préalable à une entreprise familiale (Carr et Sequeira, 2007)	67
Tableau 9- La synthèse des mesures utilisées.....	68
Tableau 10 : Moyenne, écart-type et corrélations entre les variables à l'étude.....	74
Tableau 11 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/ Reconnaissance d'opportunités.....	77
Tableau 12 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/ Planification.....	79
Tableau 13: Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale /Définition de la finalité principale de l'entreprise.....	81
Tableau 14 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/Compétences humaines et conceptuelles.....	82
Tableau 15 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/ Compétences financières.....	84
Tableau 16 : Les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre.....	86
Tableau 17 : Les effets du mentorat et l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre.....	88

LISTE DES FIGURES

Figure 1- Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (Krueger, 1993).....	21
Figure 2- La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)	23
Figure 3- La TSC appliquée à l'entrepreneuriat	26
Figure 4- Modèle de recherche dérivé de la TSC appliquée à l'entrepreneuriat.....	52

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

PME : Petites et moyennes entreprises

FDE : Fondation de l'entrepreneurship

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

MFEQ : Ministère des finances et de l'économie du Québec

MDEIE : Ministère du développement économique, de l'innovation et de l'exportation

MEIE : Ministère de l'économie de l'innovation et de l'exportation

TSC : Théorie sociocognitive de la carrière

TCP : Théorie du comportement planifié

AEE : Auto-efficacité entrepreneuriale

AEERO : Auto-efficacité entrepreneuriale-Reconnaissance d'opportunités

AEEPLA : Auto-efficacité entrepreneuriale-Planification

AEEDFE : Auto-efficacité entrepreneuriale-Définition de la finalité de l'entreprise

AEECHC : Auto-efficacité entrepreneuriale-Compétences humaines et conceptuelles

AEECF : Auto-efficacité entrepreneuriale-Compétences financières

REMERCIEMENTS

En premier lieu, je loue le Tout Puissant qui m'a donné la santé, la force et surtout l'opportunité de rédiger ce mémoire.

Mes sincères et chaleureux remerciements vont aussi à l'endroit de mon mentor et directeur de recherche, le professeur Étienne St-Jean, qui a bien voulu me diriger tout au long de l'élaboration de ce mémoire. Ses conseils, son assistance, sa disponibilité, son sens critique et ses apports dans différents domaines ont contribué dans une très large mesure à la réalisation de ce mémoire ainsi que dans mon développement personnel.

Je tiens à remercier vivement mes parents Gatien et Odile qui m'ont toujours soutenu durant toutes périodes ma vie sur tous les plans. Je n'oublie pas aussi de remercier particulièrement ma grand-mère Angèle, mon oncle Roger, Ruddy, Hanitra, Odilon, Melody, ainsi que toute la famille pour leur soutien inconditionnel.

J'adresse aussi mes sincères remerciements à Horia El Hallam pour son précieux aide et sa disponibilité dans un moment critique du mémoire, sans oublier Tantely, Sylvie, Jimmy, Sylvia, Riana, Heritiana, Mek, Fuat, Mii ainsi que tous les amis à Madagascar, à Trois-Rivières et au Canada qui m'ont soutenu durant mes études.

Enfin, je dédie spécialement ce mémoire à Mamabe, Mamatoa, Bebe, Dadabe, Papa et Cassie.

CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE

1.1- PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE

Les petites et moyennes entreprises (PME) occupent une place primordiale dans l'économie canadienne étant donné qu'elles sont à la base de la création d'emploi et de la restructuration industrielle (Julien et Morin, 1996). Il est alors indispensable de veiller au développement des entreprises existantes, mais également de favoriser la création de nouvelles entreprises. En effet, Kirchoff et Phillips (1988) stipulent que les petites et moyennes entreprises ou PME sont les principales sources de la création d'emploi.

Le Québec souhaite faire de l'entrepreneuriat son moteur de prospérité et de développement durable (MEIE, 2014). Plus précisément, cette vision se traduit entre autres par la valorisation de l'entrepreneuriat et du métier d'entrepreneur. D'ailleurs, l'entrepreneuriat sera l'une des priorités de l'action gouvernementale au cours des prochaines années (MEIE, 2014).

Les plus récentes statistiques indiquent que la proportion des québécois qui ont l'intention de démarrer une entreprise dans les trois prochaines années demeure plus faible que dans le reste du Canada. En effet, celle-ci représente 15,6 % pour le Québec contre 17,5 % pour le reste du Canada (*Global Entrepreneurship Monitor*, 2013). En outre, les entrepreneurs en exercice vont se retirer progressivement et dans une plus grande proportion par rapport aux autres provinces durant les sept années à venir, alors que le nombre de nouveaux entrepreneurs sera moindre par rapport à cela (Cossette, Mélançon et Desbiens, 2010). En d'autres termes, une certaine pénurie d'entrepreneurs se profilerait avec une baisse de 2,8 % correspondant à 5 000 entrepreneurs qui vont se retirer au cours des cinq prochaines années, alors que le reste du Canada comptera une hausse de 2,3 % (MDEIE, 2008).

En outre, selon le GEM (2013), les jeunes québécois de 18 à 35 ans perçoivent plus d'opportunités d'affaires, et cela se manifeste par une intention d'entreprendre élevée. Toutefois, selon cette même étude, le Québec accuse un retard au niveau du nombre d'entrepreneurs établis, avec 0,9 %, contre 3,8% pour le reste du Canada.

Cela étant, pour les pouvoirs publics québécois, il est alors incontournable de procéder au renouvellement de la classe entrepreneuriale. Par conséquent, il est important et urgent de développer l'intention d'entreprendre des individus, qui est définie comme l'état d'esprit qui dirige l'attention d'une personne à travers un objectif ou moyens spécifiques afin de parvenir à un résultat (Bird, 1988).

À cet effet, les étudiants universitaires sont les cibles privilégiées pour combler ce manque d'entrepreneurs étant donné qu'ils devront faire un choix de carrière une fois que leurs études seront terminées. En effet, à ce moment charnière de la carrière, les étudiants devraient choisir s'ils vont créer leurs propres entreprises ou s'ils vont rechercher un emploi salarié sur le marché du travail.

L'un des avantages dans le cas où l'étudiant choisit une carrière entrepreneuriale à ce moment est le fait qu'il va pouvoir accéder plus tôt à une carrière entrepreneuriale. Non seulement ce choix permettrait de réduire, voire de combler, le fossé attendu au niveau du nombre d'entrepreneurs, mais cela pourrait être facilitant à une période où les obligations familiales sont généralement moindres.

1.2- PROBLÉMATIQUE THÉORIQUE

La présente recherche est essentielle dans la mesure où elle permet d'appréhender comment et par quels moyens l'intention d'entreprendre se développe. Plusieurs recherches sont consacrées à l'étude de l'intention d'entreprendre, et quelques théories ont été élaborées pour la comprendre (ex Ajzen, 1991; Lent, Brown et Hackett, 2002; Shapero et Sokol, 1982). L'objectif de ces théories est de prédire les comportements d'un individu par le biais des différents facteurs pouvant intervenir dans le développement de l'intention d'entreprendre, notamment celle de devenir un entrepreneur.

Selon la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al., (2002), un individu va développer des intérêts à l'égard d'une activité dans laquelle il se sent compétent tout en espérant avoir des résultats positifs. En outre, l'influence environnementale de l'individu comme le fait d'avoir un mentor pourrait développer son intention d'entreprendre. Notre recherche mobilise cette théorie pour comprendre l'effet des mentors dans le développement de l'intention d'entreprendre au travers de l'auto-efficacité entrepreneuriale.

Selon Krueger, Reilly et Carsrud (2000), un individu qui se sent compétent à accomplir des tâches reliées à l'entrepreneuriat aurait une intention d'entreprendre plus élevée. Par ailleurs, les compétences entrepreneuriales de l'individu peuvent être développées par le biais du mentorat (Bisk, 2002). Le mentorat consiste à mettre en relation un entrepreneur expérimenté (*mentor*) avec un entrepreneur novice (*mentoré*) (St-Jean, 2009). La théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al., (2002) met en évidence les effets de l'influence environnementale dont les normes subjectives, famille en affaires, le fait d'avoir un mentor sur le développement de l'intention d'entreprendre. Cependant, la mise en exergue de l'influence de certains facteurs externes comme le mentorat au niveau de l'intention d'entreprendre n'a pas été particulièrement exploré.

La théorie de Lent et al., (2002) présente l'avantage de mettre en exergue le rôle central de l'auto-efficacité entrepreneuriale en tant que variable médiatrice entre l'apport individuel comme la personnalité, l'influence environnementale telle que les normes subjectives ou le mentorat, et l'intention d'entreprendre. En effet, la relation entre l'auto-efficacité et le comportement à l'égard de l'intention d'entreprendre sont mises en évidence (McGee et al., , 2009).

Boyd et Vozikis (1994) ont précisé que l'auto-efficacité est un antécédent incontournable de l'intention d'entreprendre. En effet, McGee et al., (2009) soutiennent que les implications théoriques sur la relation entre l'auto-efficacité et le comportement reliant à l'intention d'entreprendre sont très claires. Chen, Greene et Crick (1998) affirment que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet positif sur l'intention des étudiants à démarrer leurs propres entreprises et influence un individu à devenir entrepreneur (Arenius et Minniti, 2005).

L'auto-efficacité pourrait être définie comme la croyance d'un individu en sa capacité à exécuter des tâches spécifiques (Bandura, 1997). Autrement dit, l'auto-efficacité se réfère surtout à la croyance qu'un individu peut faire avec ses compétences dans diverses variétés de situations, étant donné que l'entrepreneur novice sera confronté à différentes circonstances. L'auto-efficacité entrepreneuriale pourrait être définie comme étant la croyance d'un individu en sa capacité à démarrer avec succès une nouvelle entreprise (McGee et al., , 2009). D'ailleurs, ces derniers auteurs mettent en avant cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale intervenant dans l'intention d'entreprendre, notamment, la reconnaissance d'opportunités, la planification, la définition de la finalité de l'entreprise, les compétences humaines et conceptuelles et les compétences financières.

En somme, il serait opportun de vérifier les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires en tenant compte de leur sentiment d'auto-

efficacité entrepreneuriale. En effet, le mentorat a été démontré avoir une influence au niveau du choix de carrière d'un individu (ex. McCord et al., , 2009; Straus, Straus et Tzanetos, 2006) mais également au niveau de l'auto-efficacité des entrepreneurs (Nandram, 2003). En outre, la relation mentorale permet à l'individu d'acquérir une vision d'affaires plus claire, mais aussi d'élaborer son projet d'affaires (St-Jean et Audet, 2008). En d'autres termes, le mentorat permet de renforcer des compétences d'entrepreneuriat (Simard et Fortin, 2008). Toutefois, à notre connaissance, l'effet du mentorat auprès des étudiants demeure à démontrer.

Nous proposons donc d'investiguer, dans le cadre de cette recherche, les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires par l'entremise du développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale en s'appuyant sur la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al., (2002).

Aussi, nous allons entrer plus en profondeur pour étudier chacune des variables que l'on a évoquées auparavant. Pour ce faire, le prochain chapitre nous permettra de nous focaliser sur la littérature concernant les principales variables qui interviennent dans notre recherche, telles que l'intention d'entreprendre, l'auto-efficacité et le mentorat. En outre, les liens entre ces variables et le cadre conceptuel seront aussi revus en conséquence.

Le troisième chapitre sera consacré principalement à la méthodologie de notre recherche comprenant la population étudiée, l'échantillonnage, la stratégie de recherche, ainsi que la collecte de données.

Enfin, le quatrième chapitre qui mettra en évidence les résultats de la présente recherche sera succédé par le dernier chapitre qui sera consacré entre autres à la discussion autour des hypothèses de recherche, à la contribution, ainsi qu'aux limites de la recherche.

CHAPITRE 2 : LA REVUE DE LITTÉRATURE

Le chapitre que nous allons aborder est important dans la mesure où il permettra de prendre connaissance de la littérature existante concernant notre recherche en tenant en compte des facteurs qui rentrent en jeu dans le développement de l'intention d'entreprendre, en l'occurrence, le mentorat, l'auto-efficacité ainsi que l'intention d'entreprendre elle-même. Mais avant de rentrer dans le vif du sujet, il s'avère nécessaire de faire un tour d'horizon à l'égard de l'entrepreneuriat de manière générale.

2.1- L'ENTREPRENEURIAT

D'après Shane et Venkataraman (2000), l'entrepreneuriat se résume à la manière ainsi qu'aux moyens d'évaluer et d'exploiter des opportunités d'affaires. Sharma et Chrisman (2007) définissent l'entrepreneuriat comme étant des individus ou groupes d'individus travaillant de manière indépendante ou au sein d'une organisation créant une nouvelle organisation ou innovant dans une organisation existante. Par contre, l'entrepreneuriat pourrait aussi être présenté comme relevant du comportement menant à la création d'une nouvelle organisation (Gartner, 1990). En effet, la création d'une nouvelle entreprise est considérée comme l'acte déterminant du processus entrepreneurial (Gartner, 1989). Notre recherche s'inscrit alors dans cette perspective.

Bien entendu, il est incontournable que l'entrepreneur soit au cœur de la création d'entreprise ainsi que de son développement (Julien, 2005). Effectivement, plusieurs recherches sur l'entrepreneuriat se focalisent surtout sur la personne même de l'entrepreneur en s'interrogeant sur les raisons pour lesquelles, il choisit de créer une entreprise, alors que d'autres ne le font pas (Townsend, Busenitz et Arthurs, 2010). Cependant, les chercheurs actuellement n'ont qu'une compréhension limitée des facteurs et du processus de décision qui amène un individu à devenir un entrepreneur (Markman, Balkin et Baron, 2002). D'où la nécessité d'approfondir ces aspects. La prochaine sous-section présentera les principales connaissances dans ce domaine.

2.2- L'INTENTION D'ENTREPRENDRE

2.2.1- Définition de l'intention d'entreprendre

La compréhension de l'intention d'entreprendre est fondamentale dans l'étude du comportement entrepreneurial (Shane et Venkataraman, 2000). D'après Krueger et al., (2000), l'intention d'entreprendre pourrait être le meilleur prédicteur proximal d'une activité entrepreneuriale. Bird (1988) stipule que l'intention est un état d'esprit qui dirige l'attention d'un individu afin de réaliser un but spécifique.

L'intention d'entreprendre est définie comme la croyance d'un individu à mettre en place un nouveau projet d'entreprise et à le planifier dans l'avenir (Bird, 1988; Thompson, 2009). Selon Boyd et Vozikis (1994), l'intention d'entreprendre serait aussi un état d'esprit qui se focalise sur l'attention d'une personne, son expérience et son comportement à travers un objectif ou une méthode de comportement.

À titre de rappel, les étudiants universitaires constituent une cible de choix dans les recherches sur l'intention d'entreprendre du fait qu'ils soient les plus probables pour couvrir l'éventuel manque d'entrepreneurs. En effet, le fait que des universités proposent les connaissances adéquates en matière d'entrepreneuriat va favoriser l'éventualité que les étudiants choisissent une carrière entrepreneuriale (Turker et Selcuk, 2009). Les recherches sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires se font de plus en plus nombreuses (Nabi, Holden et Walmsley, 2010; Wilson, Kickul et Marlino, 2007; Zellweger, Sieger et Halter, 2011) et celle que nous allons mener permet de faire avancer les connaissances de manière spécifique sur l'effet du mentorat dans ce processus.

Selon Low, Yoon, Roberts et Rounds (2005), les intentions vis-à-vis de la carrière au niveau des adultes commencent à se forger à l'adolescence. Cependant, Nabi

et al., (2010) ont déduit que seulement une minorité parmi les étudiants universitaires auront une intention d'entreprendre à travers les années d'études. Cela est dû notamment à travers l'influence de différents facteurs tels que le sexe, l'origine ethnique ou encore la discipline d'études. En effet, les étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat ont une intention d'entreprendre plus grande et plus constante à travers les années, comparés aux étudiants dans d'autres domaines comme les sciences sociales, la technologie ou en ingénierie. Par ailleurs, Nabi et al., (2010) confirment aussi que les étudiants d'origine ethnique non-blancs, notamment les asiatiques et les noirs, ont une intention d'entreprendre plus soutenue.

Comme l'on a évoqué précédemment, il existe quelques théories qui sont destinées à prédire et à expliquer le développement de l'intention d'entreprendre d'un individu. Il serait dorénavant opportun de se pencher sur chacune de ces théories afin d'avoir une connaissance plus élaborée vis-à-vis de l'intention d'entreprendre.

2.2.2- Les théories sur l'intention d'entreprendre

Dans cette section, il est nécessaire de présenter les principales théories qui expliquent le choix d'un individu à devenir entrepreneur. À ce titre, le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et la théorie sociocognitive de Lent et al., (2002) seront évoquées étant donné qu'elles permettent de comprendre le choix d'un individu à devenir entrepreneur. Enfin, il sera question de choisir un modèle qui serait le mieux adapté à notre recherche.

2.2.2.1- Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)

Shapero et Sokol (1982) ont élaboré le modèle de l'évènement entrepreneurial qui est le seul modèle spécifiquement développé dans le cadre de l'entrepreneuriat parmi ceux cités précédemment. Ce modèle suppose que l'intention d'entreprendre d'un individu est influencée par la désirabilité perçue ou la disposition à se lancer dans le projet, par la faisabilité perçue de l'éventualité de démarrage d'une nouvelle entreprise et par la propension à agir. En d'autres termes, les principaux antécédents à l'intention d'entreprendre peuvent être caractérisés par la désirabilité perçue (ou la propension à réaliser une activité entrepreneuriale) et la faisabilité perçue d'une opportunité d'affaires (ou la conviction de soi de réaliser avec succès une activité entrepreneuriale). L'utilité principale de ce modèle réside dans la détermination des éléments précurseurs, ce qui est essentiel dans l'étude du comportement entrepreneurial (Shane et Venkataraman, 2000).

En somme, le modèle suggère que l'attitude d'un individu à l'égard de l'entrepreneuriat sera influencée indirectement par son exposition à l'entrepreneuriat, à travers ses expériences et l'existence d'un modèle de rôle (Peterman et Kennedy, 2003). Selon une étude de Segal, Borgia et Schoenfeld (2005) auprès de 114 étudiants universitaires de Floride, la faisabilité et la désirabilité perçue ainsi que la tolérance aux risques sont des facteurs qui permettent de prédire d'une manière significative l'intention de travailler pour soi-même. Par ailleurs, Peterman et Kennedy (2003) ont mené une étude auprès de 119 étudiants par l'intermédiaire d'une organisation non-gouvernementale qui se propose d'offrir aux jeunes un programme d'initiation à la pratique de l'entrepreneuriat en tenant en compte du modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Les résultats ont montré qu'après avoir complété le programme, il y avait une nette amélioration au niveau de la faisabilité et la désirabilité perçue des étudiants. En d'autres termes, le degré de changement de la

perception est relié positivement aux expériences passées et au programme d'éducation sur l'entrepreneuriat.

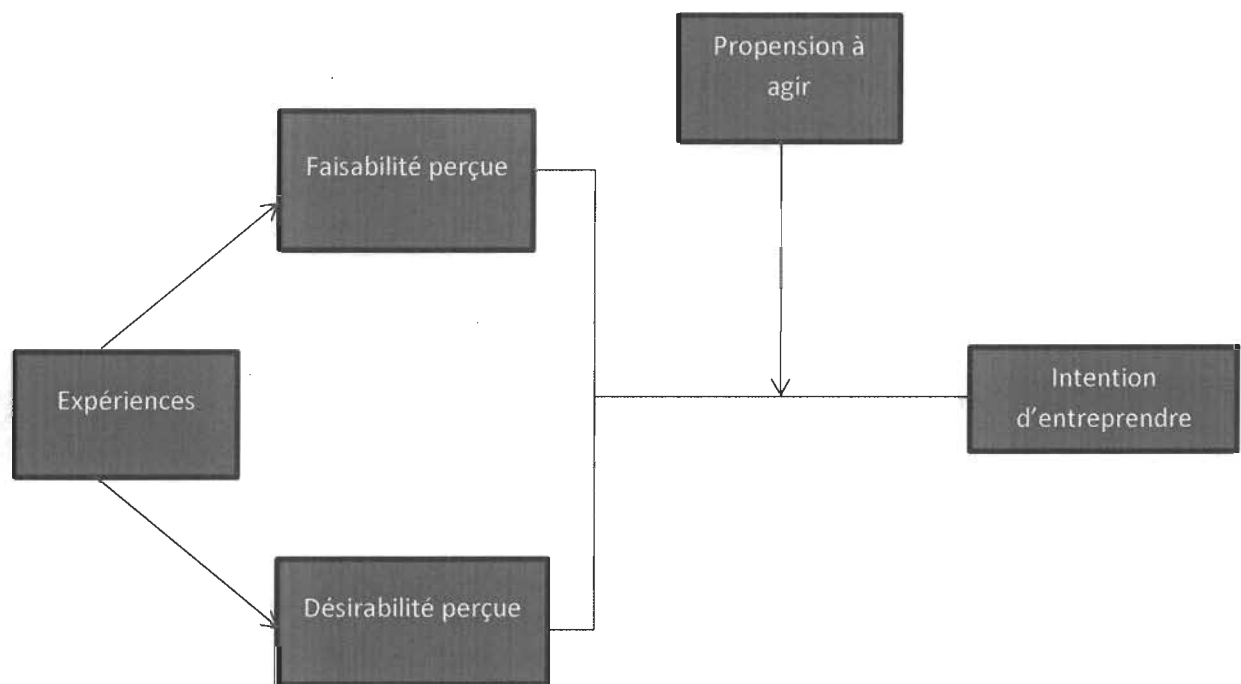


Figure 1- Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (Krueger, 1993)

2.2.2.2- La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) (TCP)

Bien qu'elle n'ait pas été développée pour comprendre le contexte spécifique de l'entrepreneuriat, la théorie du comportement planifié (TCP) d'Ajzen (1991) fait partie des modèles qui permet de déterminer les éléments précurseurs fondamentaux dans l'étude sur l'intention d'entreprendre (Shane et Venkataraman, 2000).

Azjen, l'auteur de la TCP, affirme que l'intention est influencée par trois principaux facteurs qui sont : les normes subjectives, l'attitude à l'égard du comportement et le contrôle comportemental perçu.

D'abord, les normes subjectives font référence à la perception de l'entourage de l'individu ou aux normes subjectives concernant l'activité dans laquelle l'individu voudrait s'engager (Ajzen, 1991).

Ensuite, l'attitude à l'égard du comportement concerne surtout l'attitude de l'individu à l'égard d'une activité, qui peut être soit favorable, soit défavorable.

Finalement, le contrôle comportemental perçu est présenté comme le niveau de difficulté perçu pour réaliser une activité entrepreneuriale. En général, le contrôle comportemental perçu est très proche du concept d'auto-efficacité (Bandura, 1997). La différence réside dans le fait que le contrôle comportemental perçu inclue non-seulement le sentiment d'auto-efficacité, mais aussi la perception vis-à-vis du contrôle comportemental.

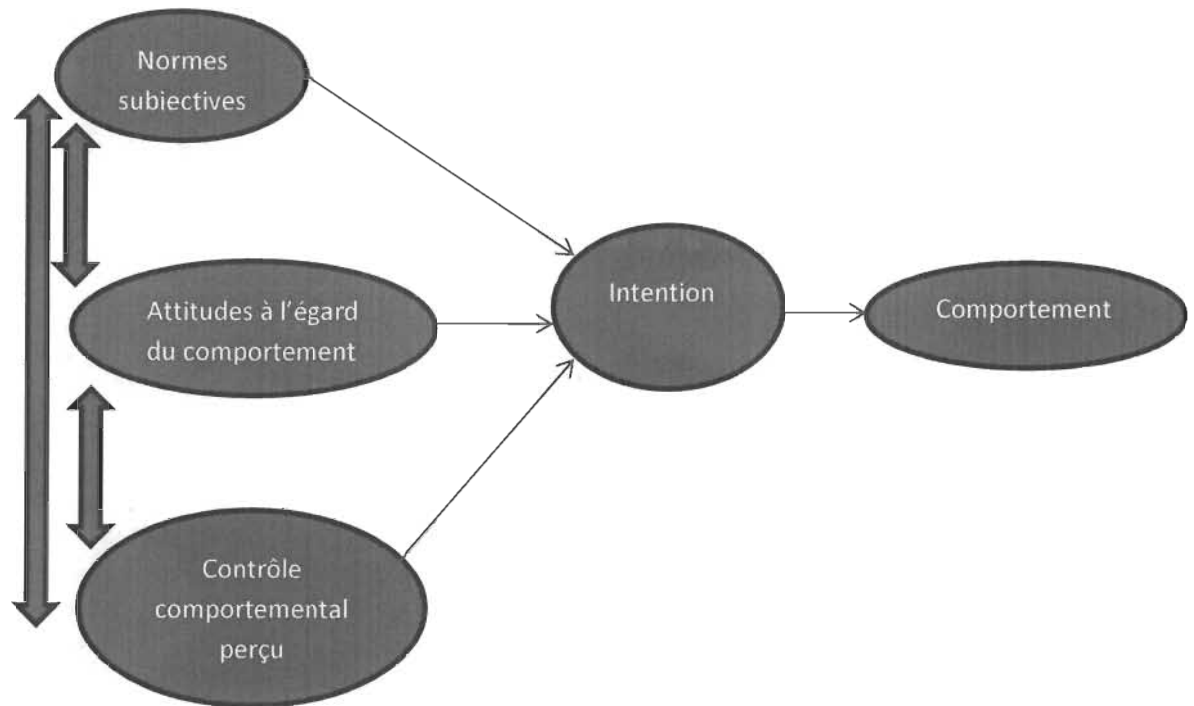


Figure 2- La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)

À cet effet, une recherche menée par Hui-Chen, Kuen-Hung et Chen-Yi (2014) auprès de 258 taiwanais participant à des cours reliés à l'entrepreneuriat a permis de faire ressortir que la motivation, la capacité d'un individu ainsi que l'existence d'opportunités influencent d'une manière positive son intention d'entreprendre. Cette influence s'opère notamment à travers les normes subjectives, les attitudes de l'individu et le contrôle comportemental perçu. D'après cette étude, Hui-Chen et al., (2014) ont confirmé que le contrôle comportemental perçu et les attitudes à l'égard du comportement ont une influence directe sur l'intention d'entreprendre. Par contre, les normes subjectives ont une influence indirecte sur l'intention d'entreprendre à travers les attitudes et le contrôle comportemental perçu. Par ailleurs, dans une recherche menée auprès de 950 étudiants saoudiens, Almobaareek et Manolova (2012) ont confirmé la relation significative et positive entre le contrôle comportemental perçu et l'intention

d'entreprendre. Toutefois, cela n'est pas le cas en ce qui concerne les normes subjectives.

2.2.2.3- La théorie sociocognitive de Lent et al., (2002) (TSC)

La théorie sociocognitive de Lent et al., (2002) trouve son origine dans la théorie sociocognitive de Bandura (1986). La TSC comprend trois variables centrales qui sont à la base du développement de la carrière dont l'auto-efficacité, les attentes de résultats et la fixation de buts. L'interaction de ces trois variables influence l'intention de l'individu (Bandura, 1986). Plus précisément, l'auto-efficacité, qui est la croyance d'un individu en son aptitude à accomplir avec succès des tâches spécifiques (Bandura, 1997) et les attentes que les actions d'un individu produiront les résultats espérés (*les attentes de résultats*) exercent des effets directs sur l'intérêt envers une carrière. En d'autres termes, les individus trouvent un intérêt vis-à-vis d'une activité dans la mesure où ils s'estiment compétents à l'égard de cette activité et qu'ils prévoient que son exécution produira les résultats espérés (Bandura, 1986).

Lent et al., (2002) estiment donc que plusieurs facteurs tels que l'auto-efficacité et les attentes de résultats peuvent développer l'intérêt pour certaines activités, ce qui stimule l'intention concernant le choix de carrière. En outre, l'individu va être amené à se fixer des buts et va même mettre en œuvre ses intentions. En générale, il existe une interrelation entre l'auto-efficacité et les attentes de résultats et la fixation de buts qui va ainsi guider les efforts à fournir en conséquence. Ces relations entre ces différents facteurs doivent tenir compte du profil individuel comme la personnalité et de l'influence environnementale telle que la famille, les amis ou les mentors.

Toujours selon la TSC de Lent et al., (2002), l'individu n'arrivera pas à développer des intérêts vis-à-vis d'une activité dans laquelle son auto-efficacité est faible ou quand il prévoit des résultats moindres voire négatifs en accomplissant cette activité. Aussi, les individus développent un attrait pour une activité à laquelle leur

niveau d'auto-efficacité est élevé et leurs attentes de résultats sont positives. En outre, ils fixent des buts afin de maintenir ou accroître leur participation dans cette activité. Par conséquent, les réalisations provenant d'activités nécessitant performances particulières (par exemple, les trophées ou les notes) formeraient une boucle de rétroaction qui va renforcer ou remodeler l'auto-efficacité, les attentes de résultats et les intérêts aussi en conséquence. Ce processus sera toujours en mouvement et permettra de développer un mode de comportement vis-à-vis des intérêts envers une carrière professionnelle. Cependant, un changement ou un renforcement des intérêts envers une carrière professionnelle est toujours possible à cause de l'existence de défis à relever ou de certains changements par rapport à son environnement.

2.2.2.4- Choix du modèle de recherche à mobiliser

Ainsi, nous avons cerné les principaux modèles concernant l'intention d'entreprendre. La théorie du comportement planifié a souvent été utilisée pour expliquer l'intention d'entreprendre dans diverses recherches (ex Gird et Bagraim, 2008; Krueger et al., , 2000; Liñán et Chen, 2009). Cela est aussi le cas du modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) qui met en exergue l'influence de la faisabilité perçue et de la désirabilité perçue (ex Krueger et al., , 2000; Peterman et Kennedy, 2003).

Toutefois, la théorie sociocognitive de Lent et al., (2002) a comme avantage le fait d'être plus adaptée dans la mesure où elle met en évidence les différentes relations entre plusieurs facteurs tels la personnalité, et met en exergue aussi le rôle de l'influence environnementale telle que les normes subjectives, la famille en affaires ou le mentorat dans le développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale, des attentes de résultats, de la fixation de buts et de l'intention d'entreprendre entre autres (Lent et Brown, 2008).

En d'autres termes, la TSC de Lent et al., (2002) permet de mettre en exergue le rôle de l'auto-efficacité entrepreneuriale en tant que variable médiatrice entre les facteurs environnementaux (*mentorat, famille en affaires, normes subjectives*) et l'intention d'entreprendre. D'ailleurs, l'auto-efficacité entrepreneuriale est mesurée à travers les cinq dimensions dont la reconnaissance d'opportunités d'affaires, les compétences humaines et conceptuelles, les compétences financières, la définition de la finalité principale de l'entreprise et les compétences en ressources humaines (McGee et al., , 2009). Enfin, la TSC de Lent et al., (2002) est le seul modèle qui permet de considérer le mentorat parmi ceux que nous avons présentés antérieurement. Cela est important dans la mesure où notre recherche se consacre à étudier les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre.

Ainsi, la TSC appliquée à l'entrepreneuriat pourrait être schématisée dans la *Figure 3* ci-après :

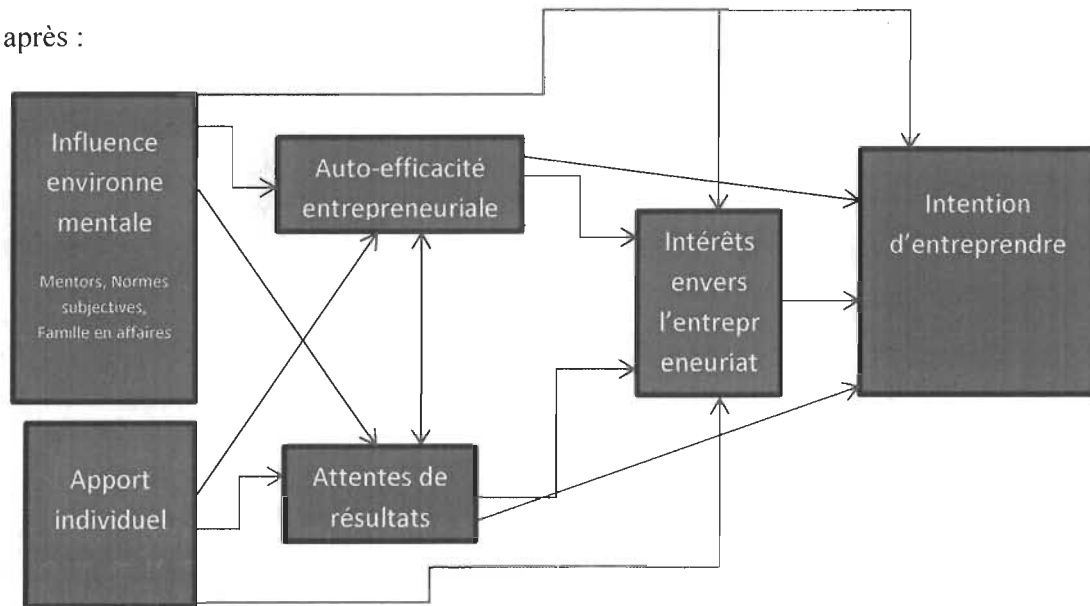


Figure 3- La TSC appliquée à l'entrepreneuriat

Comme nous pouvons le voir, l'intention d'entreprendre d'un individu est influencée par plusieurs facteurs. En premier lieu, l'influence environnementale (*mentorat, normes subjectives, familles en affaires*) intervient dans le développement de

l'intention d'entreprendre d'une manière directe, mais aussi par l'intermédiaire de l'auto-efficacité entrepreneuriale, des attentes de résultats et des intérêts envers l'entrepreneuriat. Cela est aussi le cas de l'apport individuel (*personnalité*) même si cela n'intervient pas directement au niveau de l'intention d'entreprendre, mais suscite l'intérêt envers l'entrepreneuriat.

Ensuite, l'auto-efficacité et les attentes de résultats influencent directement l'intention d'entreprendre, et peuvent aussi intervenir par l'intermédiaire des intérêts envers l'entrepreneuriat.

Toutefois, nous avons retenu particulièrement le mentorat, l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre parmi les différents facteurs évoqués précédemment, étant donné que notre recherche vise à examiner les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre et à vérifier le rôle de médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale entre le mentorat et l'intention d'entreprendre.

Boyd et Vozikis (1994) ont précisé que l'auto-efficacité est un antécédent incontournable de l'intention d'entreprendre. En outre, McGee et al., (2009) confirment le lien entre le comportement reliant à l'intention d'entreprendre et l'auto-efficacité dans la mesure où ce dernier a été prouvé avoir une influence sur le choix concernant l'activité d'un individu, les objectifs, la persistance et la performance dans une variété de contextes. Chen et al., (1998) affirment que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet positif sur l'intention des étudiants à démarrer leurs propres entreprises et influence un individu à devenir entrepreneur (Arenius et Minniti, 2005). Aussi, la section suivante va nous permettre de mettre en lumière l'auto-efficacité de manière beaucoup plus prononcée.

2.3- L'AUTO-EFFICACITÉ

2.3.1- Définition de l'auto-efficacité

L'auto-efficacité trouve sa source dans la théorie sociale cognitive qui soutient que la réussite d'un individu dépend des interactions entre les comportements, les facteurs personnels comme les croyances, ainsi que les conditions environnementales (Bandura, 1997).

En un mot, on pourrait définir l'auto-efficacité comme la conviction d'un individu en sa capacité personnelle à réaliser un emploi ou plus concrètement, à exécuter un ensemble de tâches spécifiques (Bandura, 1977). En d'autres termes, l'auto-efficacité est un jugement de la capacité perçue concernant les performances pour une tâche spécifique. En outre, Bandura et Wood (1989) affirment que l'auto-efficacité se réfère aux croyances de l'individu en ses propres capacités à mobiliser sa motivation, ses ressources cognitives et les plans d'actions nécessaires pour répondre aux exigences d'une situation donnée. Les recherches menées par Gist et Mitchell (1992) vont aussi dans ce sens car selon eux, l'auto-efficacité est l'estimation d'une personne en sa capacité à concilier sa performance sur une tâche spécifique.

Ainsi, l'auto-efficacité dans un domaine donné est fondée sur les propres perceptions des individus quant à leurs compétences, ainsi que leurs aptitudes (Wilson et al., , 2007). Par conséquent, les individus qui ont un niveau d'auto-efficacité élevé pour certaines tâches sont enclins à poursuivre et à persévérer dans ces tâches, plus que ces individus qui possèdent un niveau d'auto-efficacité plus bas (Bandura, 1997). Autrement dit, les individus qui ont un haut niveau d'auto-efficacité perçoivent les obstacles comme des défis à relever, plutôt que des obstacles à éviter. En outre, un individu peut avoir un haut niveau d'auto-efficacité dans un domaine spécifique et en avoir un plus bas niveau dans un autre, d'où l'importance de focaliser sur des tâches spécifiques.

2.3.2- L'auto-efficacité entrepreneuriale

L'auto-efficacité entrepreneuriale pourrait être définie comme étant la croyance d'un individu en sa capacité à démarrer avec succès une nouvelle entreprise (McGee et al., , 2009). En outre, l'auto-efficacité entrepreneuriale serait aussi la confiance d'un individu à accomplir avec succès diverses tâches liées à l'entrepreneuriat (Chen et al., , 1998).

Luthans et Ibrayeva (2006) soutiennent que l'auto-efficacité entrepreneuriale est la croyance et la confiance d'un entrepreneur en sa capacité à affecter son environnement et être compétents à travers son comportement. D'ailleurs, ces derniers auteurs ajoutent que l'auto-efficacité entrepreneuriale détermine la décision initiale de démarrer son entreprise.

Selon Zhao, Seibert et Hills (2005), l'auto-efficacité entrepreneuriale s'avère être un concept très important pour expliquer l'intention d'entreprendre. En outre, Wilson et al., (2007) affirment que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un impact considérable sur les intérêts envers la carrière d'entrepreneur.

2.3.3- L'auto-efficacité des étudiants universitaires

Plusieurs recherches sur l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été menées dans le milieu académique (Barbosa, Gerhardt et Kickul, 2007; Chen et al., , 1998; Sherer et al., , 1982; Wilson et al., , 2007; Zhao et al., , 2005). En effet, les étudiants sont des sujets appropriés lorsque l'on tente de déterminer comment l'auto-efficacité pourrait être renforcée par l'éducation ou la formation (Peterman et Kennedy, 2003). À titre d'exemple, la recherche menée par Zhao et al., (2005) auprès de 265 étudiants de MBA issus de cinq universités différentes a démontré entre autres que l'auto-efficacité

entrepreneuriale fournit une explication sur les relations entre la propension aux risques, l'expérience entrepreneuriale, le genre et l'intention d'entreprendre.

Wilson et al., (2007) indiquent qu'un programme d'éducation entrepreneuriale bien conçu pourrait offrir à l'étudiant un sens réaliste afin de pouvoir démarrer une nouvelle entreprise et de renforcer leur confiance en soi. D'ailleurs, Souitaris, Zerbinati et Al-Laham (2007) soutiennent que les programmes dans le domaine de l'entrepreneuriat offerts aux étudiants en ingénierie et en sciences développent l'intention d'entreprendre. En outre, l'auto-efficacité entrepreneuriale joue un rôle médiateur dans les effets perçus de l'apprentissage des cours liés à l'entrepreneuriat, dans l'expérience entrepreneuriale, ainsi que dans la propension aux risques sur les intentions entrepreneuriales (Zhao et al., , 2005).

D'une part, l'éducation à l'égard de l'entrepreneuriat permettrait à l'individu de développer son auto-efficacité de manière conséquente ; et d'autre part, un niveau d'auto-efficacité élevé influence positivement l'intention d'entreprendre (Zhao et al., , 2005). Par conséquent, l'auto-efficacité joue un rôle médiateur entre la formation et l'intention d'entreprendre.

Selon Bandura (1997), l'auto-efficacité d'un individu est influencée par quelques sources d'information qui permettent d'améliorer l'auto-efficacité. Par conséquent, effectuer une mise en lumière de ces sources de l'auto-efficacité s'avère nécessaire dans la section suivante.

2.4- LES SOURCES DE L'AUTO-EFFICACITÉ

L'auto-efficacité d'un individu peut être influencée par quatre principales sources d'information, selon Bandura (1997), à savoir : les expériences actives de maîtrise, les expériences vicariantes, la persuasion verbale et les états psychologiques. Toutes ces sources d'information visent à améliorer l'auto-efficacité dans un domaine spécifique chez un individu. Ainsi, les quatre sources de développement de l'auto-

efficacité selon Bandura seront mises en lumière dans un premier temps. Ensuite, leurs manifestations en contexte entrepreneurial seront évoquées dans un deuxième temps.

2.4.1- Les sources de l'auto-efficacité selon Bandura

2.4.1.1- L'expérience active de la maîtrise

L'expérience de la maîtrise sous-entend généralement les attributs indispensables que l'individu devrait posséder pour réussir. D'après Bandura (1997), plus un individu connaît des succès, plus il possède un sentiment d'auto-efficacité élevé. Autrement dit, les obstacles rencontrés par un individu peuvent renforcer son sentiment d'auto-efficacité dans la mesure où il surpasse ces adversités et obtient un succès grâce à sa persévérance. Et à partir de là, l'individu est persuadé qu'il pourra surmonter d'autres difficultés et rebondir de nouveau en cas d'un éventuel échec.

Aussi, un niveau d'auto-efficacité élevé favorise l'atteinte de réalisations conséquentes. En comparaison avec les trois autres facteurs, l'expérience active de maîtrise aboutit à des croyances d'efficacité plus fortes (Bandura, 1977).

En somme, l'individu doit être convaincu qu'il peut obtenir un meilleur contrôle en étant persévérant et en étant au courant des procédures et les stratégies efficaces. En outre, le niveau de l'auto-efficacité peut varier selon le traitement cognitif de l'information, plutôt que des performances en elles-mêmes. En d'autres termes, c'est plutôt le succès, aussi minime soit-il, qui convainc une personne à estimer qu'elle possède les aptitudes nécessaires pour connaître le succès.

D'autres facteurs tels que la perception de sa propre efficacité quant à ses aptitudes antérieures, leur perception du niveau de difficulté du défi, le volume d'efforts fournis, ou la mémorisation des expériences actives doivent donc être pris en compte selon Bandura (1997).

2.4.1.2- L'expérience vicariante

D'après Bandura (1997), un individu a tendance à se comparer à ceux qui se trouvent dans son entourage immédiat. Plus précisément, l'individu a tendance à comparer ses propres performances par rapport à ceux qui se trouvent dans la même situation que lui, et avec qui, il peut prendre des références, tels que les collègues de classe ou de travail. En d'autres termes, plus la performance de l'individu se trouve au-dessus de celles de ses collègues, plus le niveau de son sentiment d'auto-efficacité se trouve élevé, et vice versa. Toutefois, cela devrait se faire avec des collègues qui ont a priori un niveau sensiblement similaire que l'individu, et non pas ceux qui lui sont nettement supérieurs.

En somme, le fait de s'identifier à un individu qui rencontre du succès dans ce qu'il entreprend, améliore le niveau d'auto-efficacité de l'individu qui s'y identifie à son tour. Et ce, toujours par rapport à un individu qui est jugé avoir un même niveau de performance que l'individu en question.

2.4.1.3- La persuasion verbale

D'après Bandura (2007), il est plus aisé d'entretenir le sentiment d'efficacité d'un individu, surtout quand celui-ci fait face à des défis ou certains obstacles, si d'autres personnes lui montrent des signes d'encouragement et leur fait part de leur confiance dans ses capacités, au lieu de manifester des doutes. L'émission de doutes de la part de l'entourage de l'individu pourrait diminuer son sentiment d'auto-efficacité. Il est cependant à noter que cette confiance émise par l'entourage de l'individu ne serait efficace que dans le cas où la tâche que l'individu devrait exécuter se trouve dans la limite des capacités de celui-ci. En effet, le fait de susciter des croyances utopiques favorisent l'échec et vont discréditer aussi ceux qui encouragent.

En somme, les incitations persuasives encouragent l'individu à faire le maximum de ses aptitudes pour réussir, et favorisent le développement de ses capacités, ainsi que son sentiment d'auto-efficacité.

Le moyen qui est utilisé la plupart du temps pour transmettre l'information persuasive est le « *feedback* » évaluatif (Bandura, 2007). Effectivement, le « *feed-back* » évaluatif mettant en exergue les aptitudes personnelles impacte positivement les croyances personnelles. Par contre, les critiques sévères envers les performances insuffisantes, touchent principalement l'individu et ne lui permettront pas de s'améliorer.

Par ailleurs, la crédibilité accordée à la personne qui émet des influences persuasives, principalement des personnes expérimentées, est aussi décisive dans le développement du sentiment d'auto-efficacité du sujet.

En somme, le « *feed-back* » évaluatif ainsi que les influences persuasives ont des effets positifs sur l'auto-efficacité de l'individu.

2.4.1.4- Les états psychologiques et émotionnels

Dès lors que l'individu ne soit pas troublé par des situations inconfortables, ou qu'il soit tendu, il sera plus susceptible à s'attendre à du succès (Bandura, 1997). En effet, le fait que l'individu ne contrôle pas le stress, va provoquer du stress en sus qui va amener à créer certains troubles. Par conséquent, des opinions désagréables concernant son incapacité et ses réactions au stress vont provoquer les dysfonctionnements que l'individu redoute dans une situation donnée. En outre, des performances insuffisantes vont encore plus provoquer du stress supplémentaire.

À titre d'exemple, dans des activités nécessitant plus d'efforts physiques, l'individu serait tenté d'interpréter sa fatigue comme un indicateur d'inefficacité

physique. Il en est de même pour les douleurs, les maladies ou troubles physiques rencontrées lors d'activités nécessitant de forces et de résistance physique.

L'état émotionnel peut aussi influencer l'auto-efficacité si l'on prend l'exemple des états d'humeur qui influent sur les jugements personnels sur l'auto-efficacité. D'après Bandura (1991), le fait de diminuer les tendances émotionnelles négatives, ainsi que le niveau de stress, et parallèlement, d'augmenter le statut physique, permet de modifier positivement les croyances d'efficacité.

Si telles sont les différentes sources de l'auto-efficacité selon Bandura, il serait nécessaire de présenter leurs manifestations en contexte entrepreneurial. Aussi, la section suivante permettra de présenter le développement des sources de l'auto-efficacité en contexte entrepreneurial.

2.4.2- Le développement de l'auto-efficacité en contexte entrepreneurial

2.4.2.1- L'expérience de la maîtrise

Gist (1987) ajoute que l'expérience active de la maîtrise ou le « *learning by doing* » est un solide activateur de l'auto-efficacité, généralement par peur ou par incapacité. En effet, l'expérience de la maîtrise constitue le moyen le plus efficace d'apprendre (Wood et Bandura, 1989). Aussi, l'individu se procure des expériences qui vont contribuer à des projections positives pour ses performances à venir. Par conséquent, le fait d'être passé par des difficultés nécessitant des efforts considérables et de la persévérance est préférable pour acquérir un niveau d'auto-efficacité stable (Wood et Bandura, 1989).

La formation exerce des effets positifs sur l'auto-efficacité entrepreneuriale (Wilson et al., , 2007; Zhao et al., , 2005). En effet, Wilson et al., (2007) a démontré

qu'un programme d'éducation entrepreneuriale bien conçu offre à l'étudiant un sens réaliste afin de pouvoir démarrer une nouvelle entreprise, ainsi que d'élever la confiance en soi de l'étudiant de niveau. À titre d'exemple, les expériences actives de la maîtrise sont promues grâce à des exercices de simulation d'affaires (Stumpf, Dunbar et Mullen, 1991). Par ailleurs, il a été démontré que diverses tâches comme l'élaboration de plan d'affaires, la participation à la mise en place d'une entreprise, de manière réelle ou fictive, contribuent de manière à développer l'auto-efficacité de l'individu (Wilson et al., , 2007).

2.4.2.2- L'expérience vicariante

Dans le milieu académique, les cours d'entrepreneuriat permettent parfois d'observer des modèles d'entrepreneurs qui ont réussi et offrent un moyen d'apprendre (Zhao et al., , 2005). En effet, l'étudiant peut alors s'identifier à un modèle de rôle tel qu'un mentor du monde des affaires. Arenius et Minniti (2005) soutiennent que l'entourage de l'individu, notamment le mentor, pourrait l'influencer à s'engager dans la carrière d'entrepreneur. Le modèle de rôle est aperçu comme étant une fonction spécifique au mentorat (Egan, 2005).

Le fait d'adhérer à un groupement ou à une association tournée vers l'entrepreneuriat semble avoir une certaine influence vis-à-vis des étudiants car ils ont tendance à s'identifier entre eux (Cairns, Cairns et Neckerman, 1989).

L'entourage immédiat de l'individu exerce une certaine influence sur celui-ci. En effet, Davidsson (1995) soutiennent que le fait d'être issus de familles d'entrepreneurs incite les enfants à choisir une carrière entrepreneuriale. Au sein du cercle familial, les parents qui enseignent à leurs enfants les moyens pour faire face aux difficultés et qui façonnent leurs enfants à être persévérants améliorent l'auto-efficacité de leurs enfants (Pajares et Schunk, 2001). En effet, les individus ayant des parents entrepreneurs ont

tendance à prendre leurs parents comme modèle et auront un sentiment d'auto-efficacité plus prononcé vis-à-vis de d'une carrière entrepreneuriale (Schunk, 1987). Pour appuyer ces propos, Bronfenbrenner (1986) affirme que les expériences de vie reliées à la famille jouent un rôle majeur dans le modelage des croyances d'un individu en ses capacités, ses attitudes, sa personnalité, ainsi que ses intentions. En effet, l'individu aura tendance à comparer ses performances à des personnes de son entourage, en l'occurrence, les membres de sa famille (Bandura, 1997).

2.4.2.3- La persuasion verbale

La persuasion verbale est intéressante pour notre recherche dans la mesure où il s'agit d'étudier les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre. En effet, BarNir, Watson et Hutchins (2011) affirment que les modèles de rôle exercent une influence sur l'auto-efficacité entrepreneuriale qui influence à son tour l'intention de s'engager dans la carrière entrepreneuriale. Dans sa relation avec son protégé, le mentor va encourager ce dernier vis-à-vis des défis qu'il va faire face, et le pousser à persévérer (St-Jean, 2011). D'ailleurs, Radu Lefebvre et Redien-Collot (2013) confirment que la persuasion et l'engagement du mentor permettent d'encourager l'individu à développer un projet d'affaires cohérent et réussi.

Dans le milieu entrepreneurial, la persuasion verbale pourrait jouer un rôle décisif en ce sens que la crédibilité de la personne qui émet des influences persuasives est déterminante. En effet, les influences persuasives d'un individu d'expérience contribuent à l'amélioration du sentiment d'auto-efficacité (A. Bandura, 2007).

Ainsi, le mentor joue un rôle primordial dans le développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale chez l'entrepreneur novice (St-Jean et Audet, 2009). En effet, la relation de mentorat permet au mentoré de gagner plus de confiance en lui-même et même, influencer positivement son estime de soi (Waters, McCabe, Kiellerup et

Kiellerup, 2002). Toutefois, le support psychologique apporté par le mentor, ainsi que la fréquence de leur relation jouent un rôle prépondérant (Nandram, 2003).

Mis à part le mentor, les membres de la famille ou les amis de l'individu peuvent aussi exercer des influences persuasives et contribuer au développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale (Davidsson et Honig, 2003).

2.4.2.4- Les états psychologiques et émotionnels

Dans un contexte entrepreneurial, l'entrepreneur serait sujet au stress dans le cas où ses attentes dépassent leur capacité (Buttner, 1992). En effet, l'entrepreneur est confronté à diverses situations dans son rôle, et pourrait même être confronté à des situations inattendues dans certains cas, ce qui pourrait générer du stress. L'entrepreneur est exposé au stress, surtout à cause de la charge de travail occasionnée par son statut, plutôt que par rapport à l'ambivalence de son rôle ou de la sous-utilisation de ses compétences (Harris, Saltstone et Fraboni, 1999).

Toute cette partie que nous avons étalée antérieurement a permis de faire ressortir les principaux éléments qui sont les sources de l'auto-efficacité. En outre, l'observation de chacune de ces dernières a été évoquée en contexte entrepreneurial. Cependant, il est nécessaire de prendre en compte quelques dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui relèvent d'ailleurs des compétences de l'individu en tant qu'entrepreneur.

2.5 - LES DIMENSIONS DE L'AUTO-EFFICACITÉ ENTREPRENEURIALE

D'après McGee et al., (2009) les précédentes recherches impliquant l'auto-efficacité ont rencontré quelques limites telles que le fait de différencier l'auto-efficacité générale de l'auto-efficacité entrepreneuriale ou d'introduire les entrepreneurs naissants dans l'échantillon. L'utilisation d'une mesure de l'auto-efficacité générale est suggérée

par plusieurs chercheurs étant donné que la fonction d'entrepreneur exige un ensemble diversifié de rôles et des compétences (Luszczynska, Scholz et Schwarzer, 2005; Schwarzer et Jerusalem, 1995). Par conséquent, il serait difficile d'identifier une liste de tâches spécifiques explicites associées à des activités entrepreneuriales (Markman et al., 2002).

Afin de mesurer l'auto-efficacité, certaines techniques spécifiques permettent de mettre en place des instruments de mesure de l'auto-efficacité permettant aux chercheurs de distinguer les entrepreneurs des non-entrepreneurs (Chen, Gully et Eden, 2001). Cela est dans le but de mieux comprendre le processus de prise de décision (Forbes, 2005) et prédire les intentions entrepreneuriales (De Noble, Jung et Ehrlich, 1999).

McGee et al., (2009) soutiennent qu'il est beaucoup plus aisé de mesurer l'auto-efficacité générale. Mais en ce qui concerne la mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale, ces derniers affirment que les mesures utilisées auparavant affichent certaines limites, notamment dans le fait de différencier clairement l'auto-efficacité générale de l'auto-efficacité reliée aux tâches spécifiques associées au processus de création d'une nouvelle entreprise.

La mise en place d'un outil de mesure spécifique, propre à l'auto-efficacité entrepreneuriale est donc suggéré par McGee et al., (2009). Par conséquent, ces derniers ont préconisé le développement, la validation et l'utilisation d'une nouvelle mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui est basée sur des tâches spécifiques dans lesquels les nouveaux entrepreneurs se livrent au processus de lancement d'une entreprise.

Dans leur recherche sur la compréhension de l'auto-efficacité ainsi que de ses effets sur l'intention d'entreprendre, McGee et al., (2009) a dégagé cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui sont : la reconnaissance d'opportunités, la planification, la définition de la finalité de l'entreprise, les compétences humaines et

conceptuelles et les compétences financières. En effet, il s'agit des diverses compétences que l'entrepreneur devrait posséder afin d'accomplir ses tâches dans les meilleurs conditions. Les prochaines sous-sections aborderont plus spécifiquement ces dimensions.

2.5.1 - La reconnaissance d'opportunités d'affaires

Selon McGee et al., (2009), la reconnaissance d'opportunités d'affaires figure parmi les tâches associées aux activités et aux compétences entrepreneuriales. La reconnaissance d'opportunités d'affaires sous-entend la capacité à cerner ou à identifier une idée qui pourrait faire l'objet d'un projet d'affaires aboutissant à la création de valeur. Venkataraman (1997) affirme que l'opportunité d'affaires pourrait être définie comme étant un ensemble d'idées, de croyances et d'actions qui conduisent à la création d'éventuels produits et services. D'ailleurs, ce dernier ajoute que l'opportunité d'affaires concerne de nouvelles idées ou d'inventions qui peuvent conduire à des finalités d'ordre économique. Dimov (2010) affirme que ce sont les idées d'opportunités qui pourraient devenir des opportunités d'affaires une fois qu'elles sont exploitées. Le succès qui en découle devrait être précédé par un processus de développement d'opportunités cyclique et itératif tout aussi réussi, incluant la reconnaissance d'opportunités d'affaires, son évaluation et son développement (Ardichvili, Cardozo et Ray, 2003).

Quant à Hansen et Shrader (2007), ils estiment qu'il existe un désaccord sur la définition, ainsi qu'à la nature des opportunités. Ce désaccord réside notamment sur la question de savoir si les opportunités d'affaires sont découvertes ou créées. La recherche menée par Vaghely et Julien (2010) a permis de faire la lumière sur la question en confirmant que l'opportunité découverte concerne l'information explicite et archivée, alors que l'opportunité construite s'intéresse à l'information riche, plus tacite, et à l'interprétation de l'environnement par des échanges sociaux. Toutefois, cette discussion n'a pas été considérée dans la mesure de McGee et al., (2009) à l'égard des dimensions

de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui tient compte essentiellement de la reconnaissance d'opportunité. En outre, cela explique la raison pour laquelle, la nomenclature « *reconnaissance d'opportunités* » a été aussi retenue dans notre recherche.

L'individu occupe une place centrale au niveau de la reconnaissance d'opportunités d'affaires, étant donné que c'est lui qui les identifie et les découvre (Short, Ketchen, Shook et Ireland, 2010) afin de satisfaire des besoins existants dans l'environnement (Eckhardt et Shane, 2003).

En somme, l'une des compétences de base que l'entrepreneur devrait posséder serait la faculté à reconnaître des opportunités d'affaires, étant donné que cela amène à la création d'une nouvelle entreprise (Ardichvili et al., , 2003).

2.5.2 - La planification

La planification pourrait être définie comme étant une phase dans le processus entrepreneurial pendant laquelle l'entrepreneur planifie la manière et les moyens nécessaires dans le but de concrétiser un projet d'affaires. Pour définir les entrepreneurs naissants, McGee et al., (2009) ont mis comme critère de base le fait d'avoir déjà assisté à un séminaire de planification ou une conférence en ce qui concerne le démarrage d'une entreprise ou de participer à des séminaires qui se concentrent sur la rédaction d'un plan d'affaires.

2.5.3 - La définition de la finalité de l'entreprise

McGee et al., (2009) soutiennent que c'est la phase pendant laquelle l'entrepreneur rassemble toutes les ressources afin de concrétiser le projet d'entreprise. En d'autres termes, les auteurs soutiennent qu'il s'agit de matérialiser le plan d'affaires.

Cela s'exprime notamment par l'apport de capitaux, la recherche de fournisseurs, de clients et de toutes les parties prenantes de l'entreprise indispensables au démarrage de celle-ci.

2.5.4 - Les compétences humaines et conceptuelles

En tant que dirigeant de l'entreprise, l'entrepreneur doit disposer d'aptitudes pour gérer les ressources dont il dispose, notamment les ressources humaines. En effet, la conception du travail en équipe, le développement du talent, la responsabilisation des parties prenantes, en l'occurrence, les employés, ainsi que la mise en place de cadres pour détecter les besoins stratégiques de l'entreprise sont nécessaires afin de s'assurer une bonne gestion des ressources humaines (Huselid, Jackson et Schuler, 1997).

McGee et al., (2009) définissent cette étape comme la phase finale dans laquelle l'entrepreneur met en œuvre les plans stratégiques et gère sa relation avec les différentes parties prenantes de l'entreprise, telles que les fournisseurs, les clients, les employés et les actionnaires.

2.5.5 – Les compétences financières

Les compétences financières concernent principalement l'élaboration d'une demande de financement auprès des bailleurs de fonds mais également la gestion financière de l'entreprise. La mise en place des bons principes de gestion et le fait d'avoir de bonnes compétences financières est indispensable à l'entreprise pendant toutes les phases de son développement.

Après avoir pris connaissance avec l'auto-efficacité entrepreneuriale ainsi que les différentes dimensions spécifiques de celle-ci évoquées par McGee et al., (2009), la section suivante nous permettra de connaître le mentorat de l'entrepreneur.

2.6- LE MENTORAT DE L'ENTREPRENEUR

Le mentorat n'est pas nouveau en soi, en ce sens que cela remonte déjà à l'époque de l'antiquité grecque. En effet, le terme « *mentor* » trouve son origine dans l'*Odyssée* d'Homère dans laquelle Ulysse confiait son fils Télémaque à son ami Mentor la tâche de le surveiller, ainsi que de l'éduquer. Autrement dit, le mentor prodiguait donc ses conseils afin d'assurer l'accession de Télémaque dans le monde adulte. En réalité, le mentor dirige un individu plus jeune et moins expérimenté appelé « *mentoré* » afin de lui transmettre ses savoirs et l'aider à cheminer vers un objectif par le biais d'une relation personnalisée (Deakins, Graham, Sullivan et Whittam, 1998). Toujours dans ce sens, Mullen (1998) définit le mentorat comme étant une relation bilatérale privilégiée entre une personne plus expérimentée (*mentor*) et une autre beaucoup moins (*mentoré*) qui permet le développement des compétences de la dernière.

Le mentorat dans le domaine de l'entrepreneuriat mérite une attention particulière étant donné que l'objectif de la recherche est de développer l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires par la mise en place du mentorat. Plusieurs études suggèrent que le mentorat serait parmi les moyens les plus efficaces pour apprendre au niveau des entrepreneurs (Bisk, 2002; Krueger et al., , 2000; O'Dwyer et Ryan, 2000). Godshalk et Sosik (2007) relatent que le mentorat serait un meilleur moyen pour transmettre les connaissances et étoffer les compétences de l'entrepreneur.

Le mentorat est dorénavant utilisé comme un outil pour accompagner l'entrepreneur novice. À titre d'exemple, le Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship, a pour but de permettre aux entrepreneurs québécois d'être accompagnés pour pouvoir bénéficier du soutien d'entrepreneurs expérimentés. En effet, ce réseau compte chaque année pas moins de 3350 entrepreneurs mentorés qui bénéficient du service d'un des 1650 mentors accrédités (FDE, 2014).

Dans cette relation, le mentor accompagne l'entrepreneur novice de façon à ce que ce dernier développe son savoir-faire et son expérience en gestion. L'expérience d'un mentor qui pratique déjà l'entrepreneuriat depuis un temps conséquent pourrait faciliter l'analyse des événements critiques vécus par le mentoré (Cope et Watts, 2000). Mis à part cela, le mentor apporte un soutien psychologique au mentoré dans le sens où ce dernier acquiert une meilleure confiance en lui et aux moyens dont il dispose (Waters et al., , 2002).

2.7- LES FACTEURS INTERVENANT DANS L'INTENTION D'ENTREPRENDRE

La section suivante est nécessaire afin de nous permettre de mettre en exergue les liens entre les différents éléments qui interviennent dans l'intention d'entreprendre et ainsi, de mieux situer le cadre conceptuel.

2.7.1- L'intention d'entreprendre et le sexe

Certaines différences significatives sont confirmées entre les hommes et les femmes concernant les barrières perçues et les motivations vis-à-vis de l'intention d'entreprendre (Shinnar, Giacomini et Janssen, 2012).

Plusieurs recherches ont été effectuées en ce qui concerne l'intention d'entreprendre et le sexe (ex Gupta, Turban, Wasti et Sikdar, 2009; Shinnar et al., , 2012; Wilson et al., , 2007; Zhao et al., , 2005). En effet, l'intention d'entreprendre est plus prononcée chez les hommes que chez les femmes (Wilson et al., , 2007). Moore et Buttner (1997) vont aussi dans le sens de cette affirmation en confirmant que la plupart des entrepreneurs sont des hommes.

Selon Zhao et al., (2005), les femmes ont moins tendance à entreprendre que les hommes. En effet, les femmes ont plus tendances à limiter leurs désirs de carrière par rapport aux hommes, étant donné qu'elles estiment ne pas avoir les capacités nécessaires pour ce faire (A. Bandura, 1992). L'entrepreneuriat au niveau des femmes se distingue aussi de celui des hommes par le fait que les obstacles qu'elles doivent affronter sont différents (Shinnar et al., , 2012).

Certains travaux montrent que les femmes souffrent de préjugés comme le manque de réseau, de ressources par rapport aux hommes (Brush, de Bruin et Welter, 2009). Elles ont aussi tendance à créer des entreprises de petites tailles à cause de faibles montants investis (Bledsoe et Oatsvall, 2010).

Santos, Liñan et Roomi (2010) confirment que l'intention d'entreprendre des femmes est plus affectée par rapport à celle des hommes au niveau du contexte culturel. En général, les étudiants de sexe masculin développent une intention d'entreprendre plus conséquente par rapport à leurs homologues féminins (Shinnar et al., , 2012). Ce dernier soutient que cela s'explique en partie dans la différence de perception des barrières vis-à-vis de la carrière entrepreneuriale, telles que le manque de support, la peur de l'échec ou le manque de compétences perçues.

Certains effets d'interactions pourraient exister entre le sexe et d'autres paramètres pour expliquer l'intention. Par exemple, l'existence de l'éducation à l'entrepreneuriat dans les programmes de MBA a un certain effet plus significatif pour les femmes par rapport aux hommes dans le sens où l'auto-efficacité entrepreneuriale de celles-ci se trouvent être plus fortes après avoir reçu des formations (Wilson et al., , 2007). En outre, Díaz-García et Jiménez-Moreno (2010) soutiennent que les étudiantes considèrent qu'elles bénéficient du support de leurs proches (famille, amis ou autres personnes importantes), plus que les étudiants.

2.7.2- L'intention d'entreprendre et la famille en affaires

Selon Chua, Chrisman et Sharma (1999), la famille en affaires peut être définie comme une entreprise dirigée dans l'intention de concrétiser la vision d'une entreprise détenue par une même famille ou certains membres d'une famille de manière à ce que son existence soit durable à travers les générations.

Carr et Sequeira (2007) soutiennent que le fait qu'une expérience au sein d'une famille en affaires influence les valeurs, les attitudes et les comportements d'un individu. En effet, ces derniers soutiennent que le fait que la famille d'un individu soit en affaires exerce des effets considérables sur l'intention d'entreprendre à travers des facteurs tels que l'attitude envers le fait d'avoir une entreprise, le support perçu de la famille ainsi que l'auto-efficacité entrepreneuriale. D'ailleurs, Pruett, Shinnar, Toney, Llopis et Fox (2009) confirment que les étudiants ayant des membres de leur famille qui sont en affaires ont plus tendance à démarrer leur propre entreprise. En effet, les étudiants qui prévoient une réaction positive de sa famille vis-à-vis de l'engagement dans la carrière entrepreneuriale ont une intention d'entreprendre plus significative.

D'après une étude de Raijman (2001) sur les immigrants mexicains qui se sont installés aux États-Unis, l'individu perçoit les membres de sa famille qui sont déjà en affaires comme des modèles de rôle. En outre, la famille en affaires pourrait intervenir au niveau du soutien financier dont l'individu aurait besoin afin de démarrer son entreprise. En effet, l'auteur stipule que l'accumulation de revenu par une famille en affaires est un paramètre important dans la mesure où cela peut être utilisé comme un investissement dans le démarrage d'une nouvelle entreprise.

2.7.3- L'intention d'entreprendre et les normes subjectives

Carr et Sequeira (2007) évoquent les normes subjectives comme la perception d'un individu à l'égard de la pression sociale d'adopter ou pas un comportement déterminé. En d'autres termes, les normes subjectives sont définies comme la pression sociale perçue ou normes subjectives concernant l'activité dans laquelle l'individu voudrait s'engager (Ajzen, 1991). Ce dernier soutient par ailleurs que les normes subjectives jouent un rôle déterminant dans le développement de l'intention d'entreprendre du fait que l'opinion des proches est importante dans le choix de carrière d'un individu. En effet, Kolvereid et Isaksen (2006) soutiennent que les opinions de l'entourage de l'individu vis-à-vis de la carrière qu'il veut entreprendre, associées au niveau d'importance que celui-ci accorde à ces opinions peuvent expliquer le choix de carrière. Par ailleurs, les normes subjectives jouent un rôle important dans l'intention d'entreprendre (Lüthje et Franke, 2003).

Krueger et al., (2000) ont prouvé à travers 97 étudiants universitaires en entrepreneuriat que les normes subjectives, au même titre que l'attitude et le contrôle comportemental perçu, influencent significativement l'intention d'entreprendre. Ce résultat est aussi confirmé par une étude longitudinale menée par Kolvereid et Isaksen (2006) sur 297 individus qui ont fondé leurs propres entreprises en soutenant que les normes subjectives déterminent l'intention de travailler pour soi-même.

2.7.4- L'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre

Dans des travaux antérieurs, Boyd et Vozikis (1994) ont élaboré un modèle théorique dans lequel l'auto-efficacité a été proposée comme un antécédent critique des intentions entrepreneuriales et des comportements. En effet, l'auto-efficacité entrepreneuriale est identifiée comme un des facteurs influençant un individu à devenir

entrepreneur (Arenius et Minniti, 2005; Shane, Locke et Collins, 2003). Selon Krueger et al., (2000), un individu qui se sent compétent à accomplir des tâches reliées à l'entrepreneuriat aurait une intention d'entreprendre plus élevée. En outre, Dimov (2010) soutient que l'auto-efficacité influence positivement l'intention d'entreprendre. Aussi, il est nécessaire de faire une distinction entre l'auto-efficacité générale et l'auto-efficacité entrepreneuriale.

Kickul, Wilson, Marlino et Barbosa (2008) confirment aussi que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet plus important sur les intérêts envers la carrière d'entrepreneur. Du moment où le comportement lié à l'intention d'entreprendre suit les intentions proprement dites, alors les facteurs qui favorisent l'intention, dont l'auto-efficacité, pourraient aussi bien expliquer le comportement lié à l'intention d'entreprendre.

Plusieurs études ont mises en évidence le rôle joué par l'auto-efficacité entrepreneuriale en tant qu'antécédent significatif de l'intention d'entreprendre (Boyd et Vozikis, 1994; Chen et al., , 1998; Wilson et al., , 2007; Zhao et al., , 2005). Zhao et al., (2005) ont démontré que l'auto-efficacité entrepreneuriale est un médiateur complet entre l'intention d'entreprendre et différents facteurs tels que l'expérience entrepreneuriale passée, les effets de l'apprentissage perçu reliés aux cours d'entrepreneuriat et la propension aux risques. Par ailleurs, Chen et al., (1998) ont prouvé que l'auto-efficacité entrepreneuriale exerce des effets positifs vis-à-vis de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Cela corrobore aussi l'étude de BarNir et al., (2011) qui soutiennent que l'auto-efficacité entrepreneuriale influence d'une manière positive l'intention de s'engager dans la carrière entrepreneuriale. Boyd et Vozikis (1994) attestent que l'auto-efficacité entrepreneuriale influence notamment les comportements et l'intention de l'individu.

2.7.5- Le mentorat et l'auto-efficacité entrepreneuriale

Waters et al., (2002) affirment que le mentorat aurait un impact positif sur le sentiment d'auto-efficacité. En d'autres termes, le mentorat apporte une certaine confiance et une assurance au mentoré. En outre, le mentoré pourrait se voir attribuer certains défis par le mentor qui pourraient augmenter ses aptitudes (Cull, 2006).

Nandram (2003) stipule que le mentorat augmente la confiance et l'auto-efficacité du mentoré. En outre, les individus qui ont un niveau d'auto-efficacité élevé vont bénéficier d'un soutien psychologique grâce à la relation de mentorat (Noe, 1988). En effet, la relation de mentorat fait en sorte que le mentor confère à son protégé un certain sentiment d'auto-efficacité étant donné que le mentor encourage ce dernier dans la fixation de ses objectifs et dans son accompagnement en vue de réaliser une performance soutenue, tout en apportant des « *feedbacks* » périodiques (Propst et Koesler, 1998). En d'autres termes, le mentor permet de réconforter l'entrepreneur novice dans ses projets et ses idées, ainsi que dans toutes les actions que celui-ci entreprend.

Selon Egan (2005), le mentor pourrait faciliter l'apprentissage social et le développement des compétences de l'entrepreneur novice à travers la fixation de buts et le soutien de l'auto-efficacité. St-Jean et Mathieu (2012) affirment que le mentorat intervient surtout au niveau de l'apprentissage social et de la persuasion verbale.

A. Bandura (1982) soutient que le modèle de rôle du mentor s'opère principalement à travers la persuasion verbale. Effectivement, Bandura (1977) expose que l'individu apprend principalement des comportements d'autres personnes telles que les membres de la famille, les amis ou les modèles de rôle. Aussi le mentor permet de faire apparaître un certain modèle de rôle au mentoré à travers lui (Bergem, 1986). Van Auken, Fry et Stephens (2006) affirment que le modèle de rôle pourrait influencer

l'intention d'entreprendre s'il peut affecter les attitudes et les croyances d'un individu quant à sa capacité perçue pour démarrer une nouvelle entreprise. D'ailleurs, les résultats de la recherche menée par BarNir et al., (2011) confirment que les modèles de rôle ont une influence positive et significative sur l'intention d'entreprendre.

2.7.6- Le mentorat et l'intention d'entreprendre

Bandura (1977) soutient que l'entourage de l'individu tel que la famille, les amis ou le mentor exercerait des influences persuasives auprès de celui-ci. Mis à part le fait que la relation de mentorat pourrait favoriser l'identification et l'exploitation d'opportunités pour l'entrepreneur novice (St-Jean et al., 2012), ces derniers auteurs soutiennent qu'un mentor expérimenté dans le domaine de l'entrepreneuriat permettrait à l'étudiant universitaire de mettre en place son projet d'affaires et valider ainsi l'opportunité d'affaires qu'il a identifiée. En outre, le mentor permet à l'entrepreneur novice d'avoir une vision d'affaires plus claire (St-Jean et J. Audet, 2008). En d'autres termes, le mentor pourrait l'encourager et le diriger dans ses démarches.

Avec l'aide d'un mentor, l'entrepreneur novice bénéficie d'un soutien pour intégrer plus facilement le milieu des affaires, et de bénéficier ainsi d'informations et de réseaux utiles (Waters et al., , 2002). En réalité, le mentor incarne l'image d'un entrepreneur qui opère déjà dans le milieu entrepreneurial (St-Jean et al., 2011).

En bref, la section que nous avons entamée a permis de mettre en lumière les relations entre les différentes variables impliquées à l'égard de l'intention d'entreprendre, et de souligner entre autres le rôle en tant que médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale.

2.8 - LE CADRE CONCEPTUEL

La revue de littérature présentée précédemment nous a permis de mettre au clair les facteurs qui interviennent dans l'intention d'entreprendre. Cette section permettra non-seulement de présenter le modèle de recherche, mais aussi les différentes variables à l'étude. En plus, ce sera aussi l'occasion de poser les hypothèses de la recherche.

2.8.1 - Le modèle de recherche

Le modèle de recherche est important dans la mesure où il offre un aperçu des différentes relations entre les variables qui interviennent dans l'intention d'entreprendre. Le modèle pris en compte dans notre recherche est celui qui est tiré de la théorie sociocognitive de la carrière (TSC) de Lent et al., (2002) appliquée à l'entrepreneuriat exposé dans la *Figure 3*.

Dans le modèle retenu, nous avons décidé de nous concentrer sur les principales variables qui entrent dans le cadre de notre recherche, à savoir l'influence environnementale comprenant le mentorat, l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre. Toutefois, des facteurs qui pourront influencer l'intention d'entreprendre tels que les normes subjectives sont tenus en compte dans le modèle.

Ce modèle est adapté dans la mesure il met en évidence le développement du choix de l'entrepreneuriat comme carrière à travers les déterminants de l'intention d'entreprendre, tels que le mentorat et l'auto-efficacité entrepreneuriale, dont la dernière est une variable médiatrice complète (St-Jean et Tremblay, 2013).

Dans la TSC de Lent et al., (2002), l'influence environnementale joue un rôle important, dont le mentorat en fait partie. Comme nous avons évoqué précédemment, McGee et al., (2009) ont dégagé cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale soit la reconnaissance d'opportunités, la planification, la définition de la finalité de

l'entreprise et les compétences humaines et conceptuelles et les compétences financières.

Ainsi, le développement des sources de l'auto-efficacité, dont l'expérience de la maîtrise, l'expérience vicariante, la persuasion verbale et les états psychologiques et émotionnels, s'opère à travers les dimensions citées précédemment.

En somme, le modèle pourrait expliquer l'influence du mentorat sur l'intention d'entreprendre, par l'intermédiaire de l'auto-efficacité entrepreneuriale.

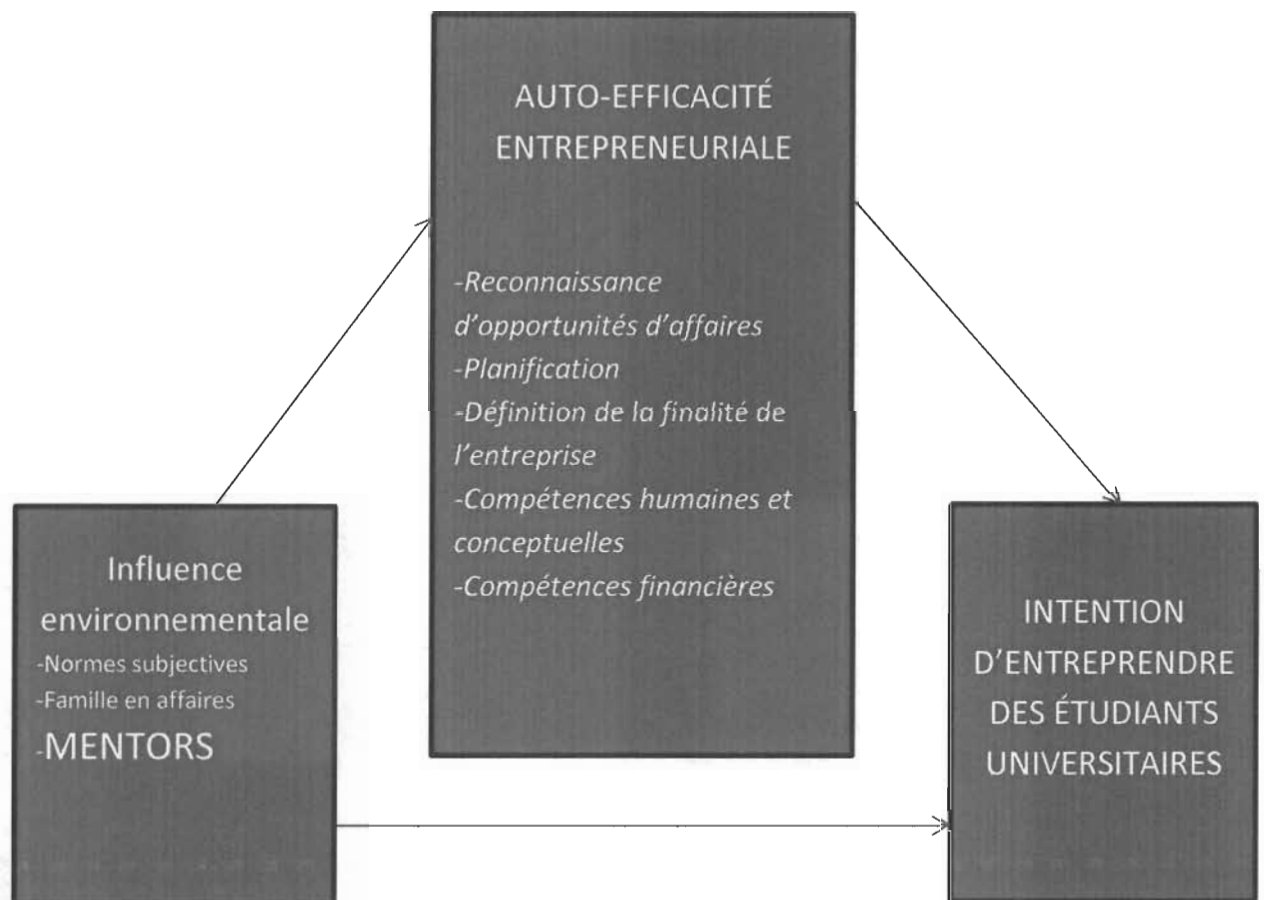


Figure 4- Modèle de recherche dérivé de la TSC appliquée à l'entrepreneuriat.

2.8.2 - Les hypothèses de recherche

Les hypothèses de recherche que l'on va poser consisteront surtout à vérifier les supposées influences entre les différentes variables impliquées dans la recherche.

À partir de toute la littérature que nous avons évoquée précédemment ainsi que du modèle à tester basé sur la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al., (2002), nous pouvons poser les hypothèses suivantes :

H1 : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H2 : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers ses cinq dimensions identifiées par McGee et al., (2009)

H2a : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers la reconnaissance d'opportunités d'affaires

H2b : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers la planification

H2c : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers la définition de la finalité principale de l'entreprise

H2d : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers les compétences humaines et conceptuelles

H2e : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers les compétences financières

H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale a un rôle médiateur entre le mentorat et l'intention d'entreprendre

H4 : L'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre à travers ses cinq dimensions identifiées par McGee et al., (2009)

H4a : La reconnaissance d'opportunité d'affaires exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4b : La planification exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4c : La définition de la finalité principale de l'entreprise exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4d : Les compétences humaines et conceptuelles exercent une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4e : Les compétences financières exercent une influence positive sur l'intention d'entreprendre

En résumé, il s'agira désormais de vérifier ces hypothèses énumérées précédemment. En effet, la recherche vise à mettre en exergue les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires, en tenant compte de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Aussi, il est désormais indispensable de mettre en lumière la méthodologie de notre recherche.

CHAPITRE 3 : LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Ce chapitre expose la méthodologie utilisée afin de vérifier les hypothèses de recherche évoquées précédemment. Aussi, il met en lumière la stratégie de recherche choisie, la population étudiée, l'échantillonnage, la méthode de collecte de données, les instruments de mesure des différentes variables, ainsi que les méthodes d'analyse des données utilisées.

3.1- LA STRATÉGIE DE RECHERCHE

À titre de rappel, la présente recherche a pour objectif de vérifier les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires en tenant en compte de l'auto-efficacité entrepreneuriale. En d'autres termes, il s'agit de vérifier les différentes hypothèses que l'on a évoquées précédemment en éclaircissant notamment les relations entre la variable indépendante (*mentorat*) sur la variable médiatrice (*auto-efficacité entrepreneuriale*) et la variable dépendante (*intention d'entreprendre*). Ce qui nous amène à affirmer qu'il s'agit d'une étude de type corrélationnelle. En outre, il s'agit d'une étude déductive dans la mesure où les hypothèses que nous avons formulées se basent sur la littérature. Dans la présente recherche, il s'agira aussi de procéder à une analyse quantitative étant donné que nous allons analyser les données recueillies par la Chaire de recherche UQTR sur la carrière entrepreneuriale.

3.2- LA POPULATION ÉTUDIÉE

La population totale étudiée, constituée exclusivement d'étudiants universitaires, est au nombre de 1146 provenant de plusieurs universités québécoises.

La population totale peut se résumer dans le tableau ci-après :

Tableau 1 : La population totale étudiée

UQTR	Université du Québec à Trois-Rivières	267
UQO	Université du Québec à Outaouais	39
UQAT	Université du Québec à Abitibi-Témiscamingue	5
UQAR	Université du Québec à Rimouski	141
	Université de Sherbrooke	268
ULaval	Université Laval	285
TELUQ-UQAM	TÉLUQ- Université du Québec à Montréal	6
HEC Montréal	École des Hautes Études Commerciales de Montréal	5
ETS	École de Technologie Supérieure	40
	École Polytechnique de Montréal	90
	TOTAL	1146

3.3- L'ÉCHANTILLONNAGE

L'échantillonnage est donc effectué de manière volontaire à travers dix universités québécoises énumérées précédemment, dont la méthode utilisée est non probabiliste.

À titre de rappel, il s'agit d'étudier le développement de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. Autrement dit, les individus qui nous intéressent sont ceux

qui sont en amont du démarrage d'une entreprise. Par conséquent, parmi la population totale, nous avons enlevé :

- les individus qui ont déjà possédé une entreprise auparavant et dont celle-ci n'est plus actuellement en opération
- les individus qui possèdent une entreprise actuellement en opération
- les individus qui sont en processus de démarrage d'une entreprise
- les individus qui sont considérés comme des travailleurs autonomes ou vendeurs à leur compte de produits/services à d'autres.

En somme, il reste 819 étudiants après que nous ayons enlevé les individus cités précédemment. L'échantillon est composé de 40,2 % d'hommes contre 59,8 % de femmes, avec une moyenne d'âge de 24,52. L'individu le plus jeune enquêté a 17 ans, tandis que le plus âgé est de 54 ans.

En général, une écrasante majorité de notre échantillon est constituée par des étudiants inscrits à plein temps avec un pourcentage de 84,1 %, contre seulement 15,9 % pour les étudiants inscrits à temps partiel.

La plupart des étudiants sont en premier cycle avec un pourcentage de 66,2 % contre 26,8 % en deuxième cycle et 7,1 % en troisième cycle. La majorité de ces étudiants, c'est-à-dire 66,2 % travaillent à temps partiel contre 34,6 % qui travaillent à temps plein.

Il est aussi à noter que la plupart des étudiants enquêtés sont en sciences de la gestion (34,5 %) et en sciences pure et génie (25 %). Le reste des étudiants se répartissent dans divers domaines tels que les sciences humaines et sociales (13,2 %), l'éducation (10,9 %), les sciences de la santé (6,6 %), les arts et les langues (5,2 %) ainsi que la psychologie (4,7 %).

En ce qui concerne le fait d'avoir un mentor en affaires, il s'avère que 52,5 % des répondants déclarent avoir au moins un mentor, contre 47,5 % qui n'en ont aucun.

3.4- LA COLLECTE DE DONNÉES

Comme nous l'avons évoqué précédemment, notre recherche se focalise sur les données provenant des universités québécoises énumérées précédemment. En effet, la base de données que nous avons utilisée provient de la première phase d'enquête d'une recherche longitudinale. La participation à l'enquête a été faite de manière libre et volontaire. Cependant, les moyens utilisés pour recueillir les données varient d'une institution à l'autre, étant donné que chaque université participante avait ses propres contraintes pour rejoindre les étudiants. Aussi, l'enquête se faisait par le biais des portails universitaires, des courriels et des journaux des universités. En outre, « *surveymonkey* » qui est un outil qui permet de créer et de gérer un questionnaire en ligne a aussi été utilisé dans la collecte des données.

3.5- LES INSTRUMENTS DE MESURE

Dans cette section, il s'agit notamment de présenter la façon dont les différentes variables à l'étude ont été opérationnalisées. Il est à noter que toutes les mesures utilisées proviennent notamment d'outils validés dans de précédentes recherches appliquant différentes échelles de mesure. En ce qui concerne les mesures de cohérence interne, l'alpha de Cronbach varie de 0,798 à 0,934 atteignant les normes acceptables dans l'estimation de la fidélité du score à un test.

3.5.1- La variable indépendante

Comme nous l'avons évoqué précédemment, l'influence environnementale joue un rôle déterminant dans le développement de l'intention d'entreprendre. Ainsi, la variable indépendante dans notre recherche est le fait de posséder un mentor du monde des affaires.

L'opérationnalisation de cette variable a été exécutée de la manière suivante :

Tableau 2 : La mesure du mentorat

<ul style="list-style-type: none"> - Un mentor se définit comme « une personne de rang élevé, expérimentée ou avec de l'expertise qui enseigne, conseille, inspire, guide et aide une autre personne à se développer personnellement et professionnellement ». - De ces gens, combien d'entre eux possèdent une entreprise? 	<i>Échelle : 0, 1, 2... jusqu'à 10 et + (avec 10 et + = 11)</i>
---	---

3.5.2- La variable dépendante

La variable dépendante, c'est-à-dire l'intention d'entreprendre a été opérationnalisée en se basant sur la recherche menée par Thompson (2009) qui a pour objectif de clarifier l'intention d'entreprendre de l'individu en développant une échelle fiable. Cela a été posé de la façon suivante :

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

Tableau 3 : La mesure de l'intention d'entreprendre (Thompson, 2009)

<ul style="list-style-type: none"> - Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise (<i>Inversé</i>) - J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise - Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise (<i>Inversé</i>) - Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise (<i>Inversé</i>) - Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise 	<i>Échelle de Likert à 7 points, allant de « Très en désaccord » à « Très en accord »</i> <i>Très en désaccord = 1</i> <i>En désaccord = 2</i> <i>Un peu en désaccord = 3</i> <i>Ni en accord/ni en désaccord = 4</i> <i>Un peu en accord = 5</i> <i>En accord = 6</i> <i>Très en accord = 7</i>
---	---

- Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur?	<p><i>Échelle de Likert à 5 points allant de « Pas du tout » à « Énormément »</i></p> <p><i>Pas du tout = 1</i> <i>Un peu = 2</i> <i>Modérément = 3</i> <i>Beaucoup = 4</i> <i>Énormément = 5</i></p>
--	---

Comme nous pouvons constater dans le Tableau 3, des échelles de mesure ont été inversées telles que prescrites pour les auteurs concernés. À titre d'exemple, si l'échelle de mesure normale va dans le sens « *de Très en désaccord (1) à Très en accord (7)* », l'échelle de mesure inversée va dans le sens « *de Très en accord (1) à Très en désaccord (7)* ». Dans la deuxième partie du Tableau 3, l'échelle de Likert est de cinq (5) points, allant de « *Pas du tout (1) à Énormément (5)* ». Par conséquent, des ajustements ont été effectués concernant les échelles qui sont à 7 points afin que celles-ci soient uniformes aux autres mesures. D'une manière plus concrète, l'échelle concernée a été transformée comme suit :

$$1 = 1$$

$$2 = 2,5$$

$$3 = 4$$

$$4 = 5,5$$

$$5 = 7$$

En ce qui concerne la fiabilité de la mesure, un alpha de Cronbach de 0,866 est à noter à l'égard de l'intention d'entreprendre. En outre, une analyse factorielle exploratoire indique une seule dimension pour l'ensemble des items et la première composante (le facteur) explique à elle seule 59,868 % de la variance totale. Considérant les bons résultats au niveau de la validité interne et de la fidélité, nous avons utilisé la moyenne des items pour la suite.

3.5.3- La variable médiatrice

La mesure de la variable médiatrice, c'est-à-dire, l'auto-efficacité entrepreneuriale est importante en ce sens qu'il s'agit de mesurer les diverses compétences entrepreneuriales. Dans la présente recherche, l'auto-efficacité entrepreneuriale a été mesurée avec l'outil proposé par McGee et al., (2009), c'est-à-dire à travers les cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale dont la reconnaissance d'opportunités, la planification, les compétences humaines et conceptuelles, les compétences financières et la définition de la finalité principale de l'entreprise.

Les cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été mesurées de la manière suivante :

Quel est votre niveau de confiance en votre habileté à ?

Échelle :

0% = 0

0 à 10% = 1

10 à 20% = 2

20 à 30% = 3

30 à 40% = 4

40 à 50% = 5

50 à 60 % = 6

60 à 70% = 7

70 à 80% = 8

80 à 90% = 9

90 à 100% = 10

Tableau 4- La mesure des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale

<i>Reconnaissance d'opportunité</i>	<ul style="list-style-type: none">- Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même- Faire un « <i>brainstorming</i> » avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service
-------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service - Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients
<i>Planification</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service - Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service - Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise - Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service
<i>Définition de la finalité principale de l'entreprise</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise - Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres) - Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours

<i>Compétences humaines et conceptuelles</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Superviser des employés - Recruter et embaucher des employés - Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise - Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours - Inspirer, encourager et motiver mes employés - Former mes employés
<i>Compétences financières</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise - Gérer les actifs financiers de mon entreprise - Lire et interpréter les états financiers

Le Tableau 4 met en évidence la mesure de chacune des cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale avec leurs items respectifs. Ces différentes dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été mesurées avec une échelle qui va de 0 % à 100 % et se répartit par tranche de 10 comme nous avons montré précédemment.

En ce qui concerne la reconnaissance d'opportunité, l'alpha de Cronbach est de 0,842. En outre, l'analyse factorielle exploratoire indique que la première composante de la reconnaissance d'opportunité explique à elle seule 68,038 % de la variance totale.

Ensuite, l'alpha de Cronbach est de 0,804 concernant la planification. Après que nous ayons procédé à l'analyse factorielle, nous déduisons que la composante principale permet d'expliquer 63,532 % de la variance totale.

L'alpha de Cronbach à l'égard de la définition de la finalité principale de l'entreprise est quant à lui de 0,811. En outre, la composante principale peut expliquer 72,646 % de la variance totale.

À propos de la dimension « *Compétences financières* », l'alpha de Cronbach est de 0,934. Après avoir procédé à l'analyse factorielle, nous avons constaté 88,498 % de la variance expliquée en un seul facteur.

En ce qui concerne les compétences humaines et conceptuelles, l'alpha de Cronbach est de 0,897. Par ailleurs, la composante principale de la reconnaissance d'opportunité explique à elle seule 66,186 % de la variance totale.

Conséquemment, toutes les mesures de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été calculées à la moyenne et seront utilisées ainsi pour la suite.

3.5.4- Les variables de contrôle

En ce qui concerne les variables de contrôle ou exogènes, certaines variables telles que le sexe, l'âge et le nombre d'enfants à charge, les normes subjectives et la famille en affaires sont contrôlées afin de mettre en exergue les influences entre les variables à l'étude. En effet, l'influence du genre à l'égard de l'auto-efficacité et de l'intention d'entreprendre a été mis en lumière (Wilson et al., , 2007). D'ailleurs, ce dernier explique l'effet indirect du sexe sur l'intention d'entreprendre. Il en est de même pour les normes subjectives et les familles en affaires comme nous avons déjà évoqué antérieurement. Enfin, le fait qu'un individu ait des personnes qu'il devrait prendre en charge pourrait interférer dans sa décision de poursuivre une carrière entrepreneuriale, en ce sens qu'il devrait pour cela avoir un revenu assez stable pour subvenir à leurs besoins.

L'opérationnalisation de ces variables peut être résumée comme suit :

Tableau 5 : Profil sociodémographique

Sexe	Homme/Femme : <i>Échelle : Homme = 0; Femme = 1</i>
Âge	Quel est votre âge? <i>Échelle : âge en année</i>
Nombre d'enfants à charge	Combien d'enfants avez-vous à votre charge? (<i>Échelle : 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6 et + (avec 0=1...6 et +=7)</i>)

Ensuite, les facteurs au niveau de l'influence environnementale qui contribuent au développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont été opérationnalisés de la manière suivante :

Les normes subjectives (Kolvereid et Isaksen, 2006)

« Indiquez les opinions des personnes suivantes à propos de votre choix pour la carrière d'entrepreneur (être à son propre compte) pour vous. Veuillez indiquer « Non applicable » si vous n'avez pas une relation particulière (p.ex. époux/partenaire de vie) »

Tableau 6 : La mesure des facteurs concernant les normes subjectives (1)

Mes parents	<i>Échelle :</i> <i>Extrêmement négative = 1</i> <i>Négative = 2</i> <i>Légèrement négative = 3</i> <i>Neutre (ni négative, ni positive) = 4</i> <i>Légèrement positive = 5</i> <i>Positive = 6</i> <i>Extrêmement positive = 7</i>
Mon époux/Partenaire de vie	
Mes frères et sœurs	
Ma famille	
Mes amis proches	
Mes connaissances	

« Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi : »

Tableau 7 : La mesure des facteurs concernant les normes subjectives(2)

Mes parents	<i>Échelle :</i>
Mon époux/Partenaire de vie	<i>Pas du tout important = 1</i>
Mes frères et sœurs	<i>Peu important = 2</i>
Ma famille	<i>À peine important = 3</i>
Mes amis proches	<i>Neutre = 4</i>
Mes connaissances	<i>Modérément important = 5</i>
	<i>Très important = 6</i>
	<i>Extrêmement important = 7</i>
	<i>Non applicable/Ne sait pas) = 0</i>

Les Tableaux 6 et 7 mettent en évidence les manières dont les normes subjectives ont été opérées. L'opérationnalisation de ces variables ont été effectuée en se basant sur la recherche de Kolvereid et Isaksen (2006). En ce qui concerne l'échelle utilisée, l'échelle de Likert bidirectionnelle à 7 points allant de a été utilisée.

D'une part, l'opinion des proches (*parents, époux, frères/sœurs, famille, amis proches et connaissances*) à l'égard de la carrière entrepreneuriale a été mesurée avec une échelle allant de « *extrêmement négative (1) à extrêmement positive (7)* ». D'autre part, l'importance de l'opinion des proches pour le répondant a été mesurée avec une échelle allant de « *Pas du tout important (1) à extrêmement important (7)* » et a été recodée de - 3 à + 3 de façon à préserver l'uniformité des mesures. En d'autres termes, l'échelle va aller de « *Pas du tout important (-3) à extrêmement important (3)* ». En outre, l'opinion des proches a été multipliée par l'importance que ces derniers accordent

à cette opinion afin d'obtenir la mesure des normes subjectives. Autrement dit, la mesure concernant les normes subjectives varie entre – 21 et 21.

L'alpha de Cronbach à l'égard des normes subjectives est quant à lui de 0,798 et la composante principale de l'analyse factorielle exploratoire peut expliquer 53,424 % de la variance totale. Nous avons donc calculé le score moyen pour la suite.

En ce qui concerne la famille en affaires, nous avons utilisé les variables de Carr et Sequeira (2007), tel que présenté dans le Tableau 8.

Tableau 8- La mesure de l'exposition préalable à une entreprise familiale (Carr et Sequeira, 2007)

- Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ?	<i>Échelle OUI=1; NON=0</i>
- Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ?	
- Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ?	

Les trois principaux items qui ont été utilisés en se basant sur les travaux de Carr et Sequeira (2007) ont été additionnés et l'échelle varie de 0 à 3.

Afin d'avoir une vision d'ensemble des différentes mesures utilisées, le Tableau 9 ci-après permet de faire synthèse de toutes les mesures que nous avons utilisées dans notre recherche.

Tableau 9- La synthèse des mesures utilisées

<p>Mesure du mentorat</p> <p>-Un mentor se définit comme « une personne de rang élevé, expérimentée ou avec de l'expertise qui enseigne, conseille, inspire, guide et aide une autre personne à se développer personnellement et professionnellement ».</p> <p>-De ces gens, combien d'entre eux possèdent une entreprise?</p>	<p>Échelle : 0, 1, 2... jusqu'à 10 et + (avec 10 et + = 11)</p>
<p>Mesure de l'intention d'entreprendre</p> <p>-Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise (Inversé)</p> <p>- J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise</p> <p>- Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise (Inversé)</p> <p>- Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise (Inversé)</p> <p>- Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise</p>	<p>L'alpha de Cronbach est de 0,866</p> <p>Échelle de Likert à 7 points, allant de « Très en désaccord » à « Très en accord »</p> <p>Très en désaccord = 1 En désaccord = 2 Un peu en désaccord = 3 Ni en accord/ni en désaccord = 4 Un peu en accord = 5 En accord = 6 Très en accord = 7</p>
<p>- Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur?</p>	<p>Échelle de Likert à 5 points allant de « Pas du tout » à « Énormément »</p> <p>Pas du tout = 1 Un peu = 2 Modérément = 3 Beaucoup = 4 Énormément = 5</p>

<p>Mesure des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale</p> <p>Reconnaissance d'opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> -Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même -Faire un « brainstorming » avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service -Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service -Concevoir un produit ou service qui satisfera aux besoins et désirs des clients 	<p>L'alpha de Cronbach est de 0,842</p> <p>Échelle pour chacune des cinq dimensions de l'AEE :</p> <p>0% = 0 0 à 10% = 1 10 à 20% = 2 20 à 30% = 3 30 à 40% = 4 40 à 50% = 5 50 à 60 % = 6 60 à 70% = 7 70 à 80% = 8 80 à 90% = 9 90 à 100% = 10</p>
<p>Planification</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service -Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service -Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise -Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service 	<p>L'alpha de Cronbach est de 0,804</p>
<p>Définition de la finalité de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> -Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise -Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres) -Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous 	<p>L'alpha de Cronbach est de 0,811</p>

les jours	
Compétences humaines et conceptuelles -Superviser des employés -Recruter et embaucher des employés -Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise -Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours -Inspirer, encourager et motiver mes employés -Former mes employés	L'alpha de Cronbach est de 0,897
Compétences financières -Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise -Gérer les actifs financiers de mon entreprise -Lire et interpréter les états financiers	L'alpha de Cronbach est de 0,934
Normes subjectives (1) « Indiquez les opinions des personnes suivantes à propos de votre choix pour la carrière d'entrepreneur (être à son propre compte) pour vous. Veuillez indiquer « Non applicable » si vous n'avez pas une relation particulière (p.ex. époux/partenaire de vie) » Mes parents Mon époux/Partenaire de vie Mes frères et sœurs Ma famille Mes amis proches Mes connaissances	L'alpha de Cronbach est de 0,798 <i>Échelle :</i> <i>Extrêmement négative = 1</i> <i>Négative = 2</i> <i>Légèrement négative = 3</i> <i>Neutre (ni négative, ni positive) = 4</i> <i>Légèrement positive = 5</i> <i>Positive = 6</i> <i>Extrêmement positive = 7</i>

Normes subjectives (2) « Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi : » Mes parents Mon époux/Partenaire de vie Mes frères et sœurs Ma famille Mes amis proches Mes connaissances	<i>Échelle :</i> <i>Pas du tout important = 1</i> <i>Peu important = 2</i> <i>À peine important = 3</i> <i>Neutre = 4</i> <i>Modérément important = 5</i> <i>Très important = 6</i> <i>Extrêmement important = 7</i> <i>Non applicable/Ne sait pas) = 0</i>
Exposition préalable à l'entreprise familiale -Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ? -Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ? -Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ?	Échelle OUI=1; NON=0

3.6- LES MÉTHODES D'ANALYSE

Afin de mener à bien notre recherche, il est nécessaire d'avoir recours au service d'un outil qui permettra de traiter convenablement les données recueillies. À cet effet, le logiciel SPSS sera utilisé afin de faire l'analyse statistique.

Dans le but de vérifier les hypothèses que l'on a émises auparavant, il serait nécessaire de faire des analyses corrélationnelles et une régression multiple entre les variables.

Premièrement, les analyses corrélationnelles permettent d'apprécier la valeur de la relation entre les variables et de vérifier ainsi la cohérence et la pertinence de nos données. Cela permet également d'identifier d'éventuels problèmes de multicollinéarité. Pour mettre en évidence cette relation, le coefficient de corrélation de Pearson (r) sera utilisé.

Deuxièmement, les régressions linéaires multiples seront utilisées afin d'apprécier les relations entre les variables à l'étude d'une manière simultanée afin d'expliquer les effets du mentorat et de l'auto-efficacité sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires.

En outre, le rôle de médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale sera vérifié par le biais de la démarche de Baron et Kenny (1986). Pour ce faire, il est nécessaire de procéder aux trois étapes suivantes :

- 1- En premier lieu, il s'agit de mettre en relation le fait d'avoir un mentor en affaires et l'auto-efficacité entrepreneuriale;
- 2- Ensuite, ce sera au tour du fait d'avoir un mentor en affaires qui exercera une influence sur l'intention d'entreprendre;
- 3- Et enfin, une fois avoir contrôlé pour l'auto-efficacité entrepreneuriale qui exercera une influence sur l'intention d'entreprendre, nous ajouterons le mentorat dans l'équation

Enfin, il est à noter que dans le cas où l'ajout du mentorat à la régression à l'étape 3 s'avère être significative, nous pourrions conclure que l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet médiateur partiel. Dans le cas contraire, l'effet médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale sera jugé total.

CHAPITRE 4 : LA PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Ce chapitre va nous permettre de nous mettre en connaissance avec les résultats issus de nos analyses statistiques précédentes. Pour ce faire, nous allons procéder à l'analyse corrélationnelle suivie de l'analyse des régressions.

4.1- L'ANALYSE CORRÉLATIONNELLE

L'utilité de l'analyse corrélationnelle est de permettre de mettre en évidence l'intensité des relations entre les variables à l'étude grâce au coefficient de Pearson (r) qui est compris entre -1 et +1. En somme, une valeur de (r) se rapprochant de -1 ou de +1 indiquerait que les relations entre les variables sont fortes.

D'une manière générale, le Tableau 10 nous indique que la relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et les mentors en affaires est forte. En d'autres termes, les étudiants universitaires qui ont bénéficié de mentors en affaires ont un sentiment d'auto-efficacité plus élevé dans la reconnaissance d'opportunités d'affaires, la planification, les compétences humaines et conceptuelles, les compétences financières et la définition principale de la finalité de l'entreprise. En outre, le fait d'avoir un mentor en affaires est corrélé avec l'intention d'entreprendre.

En ce qui concerne d'autres variables, l'intention d'entreprendre est positivement corrélé avec le sexe et l'âge. Plus précisément, les étudiants ont une intention d'entreprendre plus prononcée par rapport aux étudiantes. En outre, un étudiant plus âgé possède un niveau d'intention d'entreprendre plus élevé par rapport à d'autres étudiants plus jeunes. Les variables de contrôle telles que les normes subjectives ou la famille en affaires exercent aussi des influences au niveau de l'intention d'entreprendre. En effet, il est confirmé que le fait d'appartenir à une famille en affaires influence l'étudiant à choisir une carrière entrepreneuriale.

Tableau 10 : Moyenne, écart-type et corrélations entre les variables à l'étude

Variable	Moyenne	Écart Type	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1- Sexe ^a	.60	.49	1.00											
2- Âge	24.52	5.14	.01	1.00										
3- Nombre d'enfants	1.21	.68	.04	.58**	1.00									
4- Niveau d'étude ^b	1.41	0.62	-.00	.29**	.07	1.00								
5- Entreprise familiale	1.36	1.01	.00	.03	-.00	-.08*	1.00							
6- Normes subjectives	6.97	4.97	.01	.03	.08*	-.02	.22**	1.00						
7- Mentors en affaires ^c	.52	.49	.05	-.03	-.00	-.08*	.37**	.26**	1.00					
8- AEERO	6.32	2.07	-.15**	.06	.00	.02	.07*	.19**	.13**	1.00				
9- AEEPLA	5.16	2.17	-.13**	.03	-.00	-.04	.19**	.26**	.23**	.52**	1.00			
10-AEEDFE	6.37	2.16	-.10**	.05	.02	-.07	.10**	.24**	.17**	.57**	.61**	1.00		
11- AEECHC	7.18	1.74	-.01	.06	.02	-.07	.13**	.24**	.15**	.44**	.48**	.61**	1.00	
12- AEECF	5.37	2.98	-.22**	.08*	.02	-.05	.15**	.14**	.19**	.19**	.57**	.32**	.34**	1.00
13- Intention	3.32	1.44	-.26**	.11**	.04	-.01	.17**	.24**	.24**	.40**	.49**	.45**	.28**	.35**

^a Homme = 0; Femme = 1^b Premier cycle=1; Deuxième cycle=2; Troisième cycle=3^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

* La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

**La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

4.2- L'ANALYSE DES REGRESSIONS

Cette section va nous permettre d'apprécier successivement les régressions hiérarchiques effectuées pour chacune des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale, de l'intention d'entreprendre ainsi qu'au niveau du modèle final. Ainsi, l'étape 1 permet de valider la relation entre le fait d'avoir un mentor et l'auto-efficacité entrepreneuriale. L'étape 2 permet de vérifier la relation entre le fait d'avoir un mentor et l'intention d'entreprendre. Finalement, l'étape 3 permet de voir l'effet du mentorat sur l'intention d'entreprendre une fois l'auto-efficacité entrepreneuriale contrôlée.

Il est aussi à noter que les variables de contrôle telles que l'âge, le sexe, le nombre d'enfants à charge, le niveau d'études, la famille en affaires et les normes subjectives ont été incluses dans les modèles 1 de chacune des étapes. Ensuite, les mentors en affaires ont été joints aux variables de contrôle citées précédemment dans les modèles 2 des deux premières étapes. Enfin, seulement pour l'étape 3, le modèle 3 ajoute l'effet du mentorat une fois considéré l'effet de l'auto-efficacité entrepreneuriale (modèle 2). Puisqu'il s'agit du modèle le plus complet et qu'il tient compte des variables impliquées, les résultats que nous allons obtenir à partir du modèle 3 permettront la validation des hypothèses formulées antérieurement.

4.2.1- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale-Reconnaissance d'opportunités

Le Tableau 11 nous permet de saisir les effets du fait d'avoir un mentor en affaires et l'auto-efficacité entrepreneuriale dont la reconnaissance d'opportunité d'affaires. Un premier constat que nous pouvons tirer des résultats aussi est le fait que le sexe ait une influence significative et négative vis-à-vis de la reconnaissance d'opportunité. En d'autres termes, les étudiants de sexe masculin ont un sentiment d'auto-efficacité plus élevé par rapport à leurs homologues féminins vis-à-vis de la

reconnaissance d'opportunités d'affaires. D'ailleurs, cela se confirme au niveau des deux modèles (1 et 2).

En outre, l'âge des étudiants universitaires joue un rôle dans la reconnaissance d'opportunités d'affaires bien que ce ne soit que dans une moindre mesure. En effet, plus l'individu est âgé, plus il identifie aisément des opportunités d'affaires. Aussi, les normes subjectives ont un effet positif à l'égard de la reconnaissance d'opportunités.

Enfin, les mentors en affaires sont aussi reliés de manière significative et positive avec la reconnaissance d'opportunités d'affaires, c'est-à-dire que le fait d'avoir un mentor en affaires augmente le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale de l'individu à reconnaître plus aisément les opportunités d'affaires. Par contre, d'autres variables comme le nombre d'enfants, le niveau d'études et la famille en affaires n'ont pas d'effets sur l'auto-efficacité entrepreneuriale de la reconnaissance d'opportunités d'affaires.

Tableau 11 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/Reconnaissance d'opportunités

	Modèle 1	Modèle 2
	Bêta Std.	Bêta Std.
Sexe ^a	-,168***	-,173***
Âge	,079†	,086†
Nombre d'enfants	-,049	-,052
Niveau d'étude ^b	,002	,005
Famille en affaires	,019	-,017
Normes subjectives	,185***	,166***
Mentors en affaires ^c		,105**
	Sig	0,000
	R ²	0,068
	R ² Ajusté	0,077
	N	617

Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$, ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

4.2.2- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale-Planification

Les résultats dans le Tableau 12 mettent en évidence que le sexe a une relation significative et négative avec la planification dans les deux modèles. En d'autres termes, les femmes ont un sentiment d'auto-efficacité moins élevé par rapport aux hommes en ce qui concerne la planification.

En outre, il existe une relation significative et positive entre le fait d'appartenir à une famille en affaires et la planification.

Les normes subjectives ont aussi une relation significative et positive avec la dimension planification de l'auto-efficacité entrepreneuriale. En d'autres termes, les normes subjectives exercent des influences à l'égard des individus en ce qui concerne leurs sentiments d'auto-efficacité à planifier.

Nous pouvons noter aussi la relation très significative et positive entre les mentors en affaires et la planification. En d'autres termes, le fait d'avoir un mentor en affaires permet à l'individu de développer son sentiment d'auto-efficacité vis-à-vis de la planification. Par contre, aucune relation significative n'est notée concernant les variables de contrôle dont l'âge, le nombre d'enfants à charge et le niveau d'études, avec la dimension « *Planification* ». Enfin, les résultats démontrent aussi un $R^2_{ajusté}$ plus conséquent au niveau du modèle 2, qui est de 0,114. Ce qui signifie que le mentorat exerce des influences sur la dimension « *Planification* ». En outre, la variation de la dimension « *Planification* » est de 0,018 entre les deux modèles, ce qui veut dire 1,8 % d'apport pour expliquer la dimension « *Planification* ».

Tableau 12 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/
Planification

	Modèle 1	Modèle 2
	Bêta Std.	Bêta Std.
Sexe ^a	-,122***	-,129***
Âge	,052†	,063
Nombre d'enfants	-,042	-,046
Niveau d'étude ^b	-,048	-,042†
Famille en affaires	,135***	,083***
Normes subjectives	,232***	,204***
Mentors en affaires ^c		,155***
Sig	0,000	0,000
R ²	0,104	0,124
R ² Ajusté	0,096	0,114
N	616	616

^a Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

4.2.3- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale-Définition de la finalité principale de l'entreprise

Les résultats figurant dans le Tableau 13 nous permettent d'apprécier les effets d'avoir un mentor en affaires et l'auto-efficacité entrepreneuriale dont la définition de la finalité principale de l'entreprise. En effet, le sexe exerce une influence significative et négative vis-à-vis de la définition de la finalité principale de l'entreprise. En d'autres termes, les hommes ont un sentiment d'auto-efficacité plus élevé par rapport aux femmes à définir la finalité de l'entreprise. Cela se confirme aussi bien au niveau du modèle 1 que celui du modèle 2.

Ensuite, l'âge est aussi significatif dans la définition de la finalité de l'entreprise même si cela n'est que dans une moindre mesure. Par contre, les normes subjectives ont

des effets très significatifs et positifs aussi bien dans le modèle 1 que dans le modèle 2. En d'autres termes, les normes subjectives ont un effet positif à l'égard de la définition de la finalité de l'entreprise.

Les mentors en affaires ont une relation significative et positive avec la définition de la finalité principale de l'entreprise dans le modèle 2. Cela veut dire que le fait d'avoir un mentor en affaires augmente le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale de l'individu à définir la finalité de l'entreprise. Cela est aussi le cas concernant le niveau d'études qui a une relation significative et négative mais avec une faible proportion. Par contre, d'autres variables comme le nombre d'enfants et la famille en affaires n'ont pas d'effets sur la définition de la finalité de l'entreprise.

En somme, le $R^2_{ajusté}$ au niveau du modèle 2 est plus conséquent avec 0,83 par rapport au modèle 1, qui est de 0,72. Ce qui signifie que le mentorat exerce des influences sur la dimension «*Définition de la finalité principale de l'entreprise* ». En d'autres termes, la variation au niveau de la définition de la finalité principale de l'entreprise est de 0,018 entre les deux modèles, ce qui veut dire 1,8 % d'apport pour expliquer cette variable.

Tableau 13: Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/Définition de la finalité principale de l'entreprise

	Modèle 1	Modèle 2
	Bêta Std.	Bêta Std.
Sexe ^a	-,112**	-,118*
Âge	,084*	,093*
Nombre d'enfants	-,030	-,034
Niveau d'étude ^b	-,097*	-,093*
Famille en affaires	,025	-,017
Normes subjectives	,233***	,210***
Mentors en affaires ^c		,123***
Sig	0,000	0,000
R ²	0,081	0,094
R ² Ajusté	0,072	0,083
N	616	616

^a Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

4.2.4- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale-Compétences humaines et conceptuelles

Le Tableau 14 nous permet de mettre en évidence les effets d'avoir un mentor en affaires et la dimension de l'auto-efficacité entrepreneuriale « *Compétences humaines et conceptuelles* ». Ainsi, l'âge a une relation significative et positive à l'égard des compétences humaines et conceptuelles. Cela exprime le fait que plus l'individu est âgé, plus il a un sentiment d'auto-efficacité élevé concernant ses compétences humaines et conceptuelles.

En outre, la relation entre le niveau d'études avec les compétences humaines et conceptuelles est aussi significative et négative. Autrement dit, les individus qui ont un

niveau d'études élevé possèdent un sentiment d'auto-efficacité élevé en ce qui concerne leurs compétences humaines et conceptuelles.

Par ailleurs, les normes subjectives ont des effets très significatifs et positifs aussi bien dans les deux modèles. En d'autres termes, les normes subjectives influencent positivement et dans une large mesure les compétences humaines et conceptuelles.

Par contre, le fait d'avoir un mentor en affaires n'augmente pas d'une manière significative le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale si nous nous référons au modèle 2. D'autres variables de contrôle comme le sexe, le nombre d'enfants et la famille en affaires n'ont pas d'effets significatifs sur les compétences humaines et conceptuelles.

Finalement, le R^2 ajusté est assez faible au deuxième modèle, avec un score de 0,064 pour le modèle 2 contre 0,062.

Tableau 14 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/Compétences humaines et conceptuelles

	Modèle 1	Modèle 2
	Bêta Std.	Bêta Std.
Sexe ^a	-,027	-,030
Âge	,089***	,093**
Nombre d'enfants	-,029	-,031
Niveau d'étude ^b	-,089**	-,087*
Famille en affaires	,052	,031†
Normes subjectives	,226***	,214***
Mentors en affaires ^c		,062†
Sig	0,000	0,000
R^2	0,071	0,075
R^2 Ajusté	0,062	0,064
N	616	616

^a Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

4.2.5- La régression hiérarchique de l'auto-efficacité entrepreneuriale-Compétences financières

Les résultats observés dans le Tableau 15 permettent de démontrer que le sexe a une relation très significative et négative vis-à-vis des compétences financières dans le modèle 1 et 2. Autrement dit, les hommes se sentent plus auto-efficaces concernant leurs compétences financières par rapport aux femmes.

À part cela, l'âge est aussi significatif et positif vis-à-vis des compétences financières. En d'autres termes, les individus plus âgés ont un sentiment d'auto-efficacité plus élevé concernant leurs compétences financières par rapport à un individu plus jeune.

Les normes subjectives ont aussi une relation très significative et positive dans les deux modèles. Autrement dit, les normes subjectives améliorent le sentiment d'auto-efficacité de l'individu à l'égard de ses compétences financières. Cela est aussi le cas de la famille en affaires qui a une relation significative et positive avec les compétences financières bien que cela n'est pas aussi conséquent. En d'autres termes, le fait d'appartenir à une famille en affaires développe les compétences d'un individu dans le domaine financier. Une relation significative mais dans une moindre mesure est constatée concernant le niveau d'études. Par contre, le nombre d'enfants n'a pas d'effets sur les compétences financières.

Les mentors en affaires ont une relation très significative et positive avec les compétences financières dans le modèle 2. Cela signifie que le fait d'avoir un mentor en affaires augmente le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale de l'individu en ses compétences financières.

En somme, les résultats démontrent un R^2 ajusté plus conséquent de 0,112 pour le modèle 2 par rapport au modèle 1 avec 0,093. Ce qui signifie que le mentorat influence les compétences financières avec une variation 0,019 entre les deux modèles, ce qui est assez faible.

Tableau 15 : Les effets du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale/Compétences financières

	Modèle 1	Modèle 2
	Bêta Std.	Bêta Std.
Sexe ^a	-,230***	-,238***
Âge	,125**	,136**
Nombre d'enfants	-,039	-,043
Niveau d'étude ^b	-,079†	-,074*
Famille en affaires	,116***	,062**
Normes subjectives	,122***	,092***
Mentors en affaires ^c		,159**
Sig	0,000	0,000
R^2	0,102	0,122
R^2 Ajusté	0,093	0,112
N	615	615

^a Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

4.2.6- La régression hiérarchique de l'intention d'entreprendre

Le Tableau 16 permet de mettre en évidence les effets d'avoir un mentor en affaires sur l'intention d'entreprendre, ce qui constitue l'étape 2 de la démonstration de Baron et Kenny (1986). Les résultats sont intéressants dans la mesure où ils permettent de vérifier la relation entre la variable indépendante et dépendante, notamment.

Le sexe a une relation fortement significative et négative à l'égard de l'intention d'entreprendre. Autrement dit, les hommes ont une intention d'entreprendre plus développée par rapport aux femmes. D'ailleurs, cela se vérifie à travers les deux modèles.

Une relation significative et positive existe aussi entre l'âge et l'intention d'entreprendre. Plus précisément, un individu plus âgé va avoir une intention d'entreprendre plus forte par rapport à un individu plus jeune.

Les normes subjectives et les familles en affaires ont aussi une relation significative avec l'intention d'entreprendre. En d'autres termes, l'influence environnementale à travers le fait d'appartenir à une famille en affaires et les normes subjectives ont des effets positifs sur l'intention d'entreprendre.

Par ailleurs, les mentors en affaires ont une relation significative et positive avec l'intention d'entreprendre au niveau du modèle 2. Autrement dit, le fait d'avoir un mentor en affaires contribue au développement de l'intention d'entreprendre d'un individu. Toutefois, le niveau d'études et le nombre d'enfants à charge n'a pas de relation significative avec l'intention d'entreprendre.

Enfin, un $R^2_{ajusté}$ plus élevé est constaté au niveau du modèle 2 par rapport au modèle 1 avec respectivement 0,197 contre 0,162. Cette augmentation implique que le mentorat exerce des influences sur l'intention d'entreprendre. Cependant, cette variation n'est pas très conséquente avec seulement une différence de 0,035, soit 3,5 % d'explication de l'intention d'entreprendre.

Tableau 16 : Les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre

	Modèle 1	Modèle 2
	Bêta Std.	Bêta Std.
Sexe ^a	-,289***	-,298***
Âge	,114**	,129**
Nombre d'enfants	-,022	-,029
Niveau d'étude ^b	-,027	-,021
Famille en affaires	,122***	,050***
Normes subjectives	,226***	,187***
Mentors en affaires ^c		,211***
Sig	0,000	0,000
R ²	0,170	0,206
R ² Ajusté	0,162	0,197
N	617	617

^a Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

4.2.7- La régression hiérarchique du modèle final de recherche

De prime abord, le Tableau 17 va nous permettre de mettre en exergue la régression hiérarchique du modèle final de notre recherche en mettant au clair les relations entre les variables à l'étude (étape 3 de la démonstration). Pour ce faire, il convient de vérifier la relation entre l'intention d'entreprendre et les différentes variables de contrôle telles que l'âge, le sexe, le nombre d'enfants à charge, le niveau d'études, la famille en affaires et les normes subjectives. Ensuite, ce sera au tour de l'auto-efficacité entrepreneuriale d'être vérifiée (modèle 2), avant d'ajouter l'effet des mentors (étape 3).

Les résultats montrent que le sexe a une relation fortement significative et négative avec l'intention d'entreprendre. Autrement dit, les hommes disposent d'une intention d'entreprendre plus développée par rapport aux femmes.

Il est vérifié aussi que plus l'individu a un âge avancé, plus il a une intention d'entreprendre plus développée. Toutefois, même si cela est très significatif dans le modèle 1, cela est moins important au niveau des modèles 2 et 3. Par contre, cela n'est pas le cas de quelques variables de contrôle telles que le nombre d'enfants à charge et le niveau d'études. En effet, il n'existe aucune relation entre ces dernières variables et l'intention d'entreprendre.

Cependant, le fait d'appartenir à une famille en affaires développe l'intention d'entreprendre d'un individu. En effet, la relation entre la famille en affaires et l'intention d'entreprendre est significative d'après les résultats, bien que cela ne soit plus le cas dans le modèle 3. En outre, la relation entre les normes subjectives et l'intention d'entreprendre est aussi significative et positive au niveau des trois modèles.

En ce qui concerne l'auto-efficacité entrepreneuriale, les résultats démontrent en général que chacune des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale a une relation, aussi bien significative que positive avec l'intention d'entreprendre, sauf pour la dimension « *Compétences humaines et conceptuelles* » qui a une relation significative mais négative. Autrement dit, l'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre dans une très large mesure.

Le mentorat est aussi prouvé avoir une relation significative et positive avec l'intention d'entreprendre dans le modèle 3. En d'autres termes, le mentorat contribue au développement de l'intention d'entreprendre, une fois contrôlé pour l'auto-efficacité entrepreneuriale.

Enfin, un R^2 ajusté plus élevé est constaté au niveau des modèles 2 et 3 avec respectivement 0,350 et 0,364 par rapport au modèle 1 qui n'est que de 0,162. Autant dire l'influence importante de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre. Cependant, nous pouvons tirer la conclusion qu'une faible proportion explicative de l'intention d'entreprendre existe avec le fait d'avoir un mentor, avec juste 1,62 % d'ajout dans le modèle.

En somme, nous pouvons conclure que le mentorat contribue au développement de l'intention d'entreprendre par l'intermédiaire de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui influence aussi directement l'intention d'entreprendre.

Tableau 17 : Les effets du mentorat et l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre

	Modèle 1 Bêta Std.	Modèle 2 Bêta Std.	Modèle 3 Bêta Std.
Sexe ^a	-,289***	-,288**	-,212***
Âge	,114**	,115*	,081*
Nombre d'enfants	-,018	-,023	-,003
Niveau d'étude ^b	-,022	-,027	,003
Famille en affaires	-,027***	,122**	,033
Normes subjectives	,226***	,226***	,090**
AEERO		,134**	,128***
AEEPLA		,220***	,214***
AEEDFE		,194***	,186***
AEECHC		-,084*	-,076*
AEECF		,089**	,073*
Mentors en affaires ^c			,138***
Sig	0,000	0,000	0,000
R ²	0,170	0,361	0,376
R ² Ajusté	0,162	0,350	0,364
N	615	615	615

^a Homme = 0; Femme = 1

^b Premier cycle=1; deuxième cycle=2; troisième cycle=3

^c Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1

† = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$;

Tout ce que nous avons dans cette section a permis d'apprécier les résultats à partir des données recueillies en mettant en évidence les relations entre les variables et

leurs influences mutuelles. Dans la section suivante, il s'agira surtout de vérifier les différentes hypothèses que nous avons posées précédemment par rapport aux résultats recueillis.

4.3- VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES

Cette section va nous permettre de revenir sur les différentes hypothèses qui ont été évoquées précédemment. Aussi, il est nécessaire d'examiner à partir des résultats obtenus précédemment si ces hypothèses sont validées.

H1 : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

En ce qui concerne l'influence du le mentorat sur l'intention d'entreprendre, les résultats issus du Tableau 17 indiquent qu'il existe une relation significative et positive entre le mentorat et l'intention d'entreprendre dans le modèle 3. Autrement dit, le mentorat contribue au développement de l'intention d'entreprendre mais dans une moindre mesure. En effet, le R^2 ajusté change juste de 1,62 % après avoir inclus les différentes variables reliées à l'auto-efficacité entrepreneuriale.

En somme, le mentorat exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre mais d'une manière négligeable. Par conséquent, l'hypothèse *H1* est alors vérifiée mais avec une influence moins importante du mentorat sur l'intention d'entreprendre.

H2 : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers ses cinq dimensions identifiées par McGee et al., (2009)

H2a : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers la reconnaissance d'opportunités d'affaires

H2b : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers la planification

H2c : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers la définition de la finalité principale de l'entreprise

H2d : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers les compétences humaines et conceptuelles

H2e : Le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers les compétences financières

En ce qui concerne l'influence du mentorat sur l'auto-efficacité entrepreneuriale, il s'agit surtout de vérifier la relation entre le mentorat et les dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale. D'après les résultats dans le modèle 3, il existe une relation positive et significative entre le fait d'avoir au moins un mentor et l'auto-efficacité entrepreneuriale à travers ses dimensions. Par conséquent, nous pouvons déduire que H2a, H2b, H2c, H2d, H2e sont vérifiées, c'est-à-dire que le fait d'avoir un mentor en affaires exerce une influence positive sur l'efficacité entrepreneuriale.

En définitive, *H2* est alors vérifiée c'est-à-dire que le fait d'avoir un mentor en affaires intervient dans le développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale.

H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale a un rôle médiateur entre le mentorat et l'intention d'entreprendre

Toujours selon les résultats dans le modèle final, l'auto-efficacité entrepreneuriale a une relation positive et significative avec l'intention d'entreprendre. Autrement dit, l'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre par le biais de ses différentes dimensions à l'exception des compétences humaines et conceptuelles qui a une relation significative mais négative. En outre, le mentorat exerce aussi une influence positive sur l'auto-efficacité comme nous avons évoqué précédemment.

En somme, tout cela nous ramène à conclure que l'hypothèse *H3* selon laquelle l'auto-efficacité entrepreneuriale a un rôle de médiateur partiel est vérifiée. En d'autres termes, l'auto-efficacité entrepreneuriale est un médiateur partiel entre le mentorat et l'intention d'entreprendre.

H4 : L'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre à travers ses cinq dimensions identifiées par McGee et al., (2009)

H4a : La reconnaissance d'opportunité d'affaires exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4b : La planification exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4c : La définition de la finalité principale de l'entreprise exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4d : Les compétences humaines et conceptuelles exercent une influence positive sur l'intention d'entreprendre

H4e : Les compétences financières exercent une influence positive sur l'intention d'entreprendre

En général, l'hypothèse *H4* selon laquelle l'auto-efficacité entrepreneuriale exerce une influence positive sur l'intention d'entreprendre est vérifiée, avec notamment H4a, H4b, H4c ainsi que H4e. Autrement dit, les dimensions telles que la reconnaissance d'opportunités, la définition de la finalité principale de l'entreprise, la planification et les compétences financières exercent une influence positive sur l'intention d'entreprendre selon les résultats dans le modèle 3.

Cependant, cela n'est pas le cas en ce qui concerne les compétences humaines et conceptuelles. En effet, la relation entre les compétences humaines et conceptuelles est négative ($\beta = -0,76$), ce qui signifie que l'hypothèse H4d n'est pas validée.

CHAPITRE 5 : DISCUSSION

Après avoir vérifié les différentes hypothèses à partir des résultats que nous avons obtenus, il est désormais nécessaire de les interpréter. Pour ce faire, nous allons émettre des commentaires et discuter vis-à-vis des résultats de la recherche. Par la suite, nous allons évoquer les contributions de la recherche ainsi que des limites de celle-ci avant de proposer des pistes pour d'éventuelles recherches.

5.1- DISCUSSION AUTOUR DES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE

Dans l'ensemble, les hypothèses formulées précédemment ont été confirmées par les résultats obtenus. En effet, le modèle final permet de synthétiser l'ensemble des résultats et d'apprécier les relations entre les variables à l'étude.

En général, les résultats que nous avons obtenus permettent de constater que le fait d'avoir un mentor en affaires contribue au développement de l'intention d'entreprendre par l'intermédiaire de l'auto-efficacité entrepreneuriale même si le mentorat n'explique qu'une partie plutôt minime de l'intention d'entreprendre dans notre recherche.

La recherche a permis donc de dégager le rôle médiateur partiel de l'auto-efficacité entrepreneuriale entre le mentorat et l'intention d'entreprendre, confirmant ainsi notre troisième hypothèse soutenant l'auto-efficacité comme un médiateur (Zhao et al., , 2005). En effet, les résultats démontrent que l'auto-efficacité entrepreneuriale joue un rôle très significatif dans le développement de l'intention d'entreprendre par l'intermédiaire des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Cela confirme notamment la littérature qui soutient que l'auto-efficacité entrepreneuriale est un

antécédent significatif vis-à-vis de l'intention d'entreprendre (ex Boyd et Vozikis, 1994; Chen et al., , 1998; Wilson et al., , 2007).

Toutefois, même si une relation significative et positive est constatée entre l'intention d'entreprendre et les quatre dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale telles que la reconnaissance d'opportunités d'affaires, les compétences financières, la planification et la définition de la finalité de l'entreprise, cette relation s'avère négative avec les compétences humaines et conceptuelles. Autrement dit, l'individu qui a un sentiment d'auto-efficacité moins élevé en ses compétences à gérer les ressources humaines possède une intention d'entreprendre plus développée. Ou à l'inverse, un sentiment fort d'auto-efficacité entrepreneuriale sur cette dimension réduit l'intention de devenir entrepreneur. Il est possible que pour les étudiants universitaires, le fait de posséder cette compétence s'avère davantage utile à court terme dans de grandes organisations où ils pourront gérer du personnel, en particulier pour les étudiants en administration des affaires. En effet, les entreprises démarrées sont généralement petites (MDEIE, 2008), ce qui limite la possibilité d'exercer cette compétence en devenant entrepreneur. Il s'agit de l'explication la plus plausible de ce résultat divergeant avec nos hypothèses.

Dans son ensemble, le mentorat a aussi une relation significative et positive avec l'auto-efficacité entrepreneuriale. D'ailleurs, cela se vérifie avec chacune des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale. En effet, ces résultats confirment l'hypothèse que nous avons posée à partir de la littérature existante par le biais des sources de l'auto-efficacité (ex Krueger et al., , 2000; Waters et al., , 2002). Nous pouvons supposer l'effet positif de la fonction de modèle de rôle, notamment, qui est propre au mentorat (Egan, 2005), par lequel l'étudiant s'identifie à un entrepreneur d'expérience. Bandura (1997) affirme que la persuasion verbale d'un individu d'expérience contribue à l'amélioration du sentiment d'auto-efficacité. Nos résultats viennent appuyer ces éléments issus de la littérature.

Comme nous avons évoqué antérieurement, il a été vérifié que le mentorat est en lien avec l'intention d'entreprendre, bien que son impact ne soit pas réellement très fort dans notre modèle final. Autrement dit, le fait d'avoir un mentor en affaires est en relation avec une intention d'entreprendre plus forte, bien que cet effet soit assez faible.

D'une manière générale, les résultats que nous avons collectés prouvent que le sexe a une relation significative avec l'intention d'entreprendre. En effet, les hommes sont plus enclins à entreprendre que les femmes. Ce résultat n'est pas surprenant dans la mesure où plusieurs recherches antérieures l'ont déjà confirmé (ex Gupta et al., , 2009; Shinnar et al., , 2012; Wilson et al., , 2007). Selon Shinnar et al., (2012), la différence à l'égard de l'intention d'entreprendre entre les hommes et les femmes peut s'expliquer dans la différence de perception des barrières vis-à-vis de la carrière entrepreneuriale. Ce dernier cite entre autres le manque de support, la peur de l'échec ou le manque de compétences perçues. Cela est aussi le cas au niveau de l'auto-efficacité entrepreneuriale, étant donné que les hommes ont un sentiment d'auto-efficacité plus élevé que les femmes.

En général, l'âge a aussi une relation significative avec l'intention d'entreprendre, c'est-à-dire que plus l'individu est vieux, plus son intention d'entreprendre est importante. Ce résultat corrobore celui obtenu dans la recherche de Menzies, Diochon, Gasse et Elgie (2006) qui affirment que l'âge moyen pour démarrer une entreprise est de 41 ans au Canada. Considérant la distribution de la variable « âge » de notre sous-échantillon, il n'est pas surprenant d'avoir une relation linéaire positive.

Le niveau d'études a une relation significative avec les compétences financières, la définition de la finalité de l'entreprise, les compétences financières ainsi que les compétences humaines et conceptuelles. Toutefois, leurs relations sont négatives c'est-à-dire que plus l'individu possède un niveau de diplôme élevé, plus il a un sentiment d'auto-efficacité faible au niveau de ces dimensions. Il est probable que de manière

relative, la surspécialisation dans une discipline puisse abaisser le sentiment de compétence dans les domaines hors du champ de spécialisation. Par exemple, un doctorant en psychologie pourrait se sentir moins auto-efficace dans la gestion financière en comparaison avec ses connaissances hautement spécialisées en psychologie et, du coup, inscrire un score plus faible que les étudiants de premier cycle. Il est aussi possible que les champs disciplinaires de deuxième et troisième cycle influencent ce résultat, considérant la proportion élevée d'étudiants en administration au premier cycle, laquelle ne se répercute peut-être pas aux cycles supérieurs.

Les normes subjectives sont aussi reliées d'une manière significative à l'intention d'entreprendre dans les résultats que nous avons obtenu. En d'autres termes, l'individu est influencé par la perception sociale à l'égard de la carrière d'entrepreneur et de l'importance qu'il accorde à cette opinion. Ce résultat confirme le fait que les normes subjectives constituent un antécédent important vis-à-vis de l'intention d'entreprendre (Iakovleva, Kolvereid et Stephan, 2011). Cela s'explique aussi par le fait que l'opinion des proches est important dans le choix de carrière d'un individu (Ajzen, 1991). Ce résultat est aussi intéressant dans la mesure où les normes subjectives occupent un rôle important dans les principaux modèles utilisés pour prédire l'intention d'entreprendre, plus particulièrement dans celui de Lent et al., (2002).

En ce qui concerne le fait d'appartenir à une famille en affaires, les résultats ont aussi montré que son influence pour l'individu s'opère au niveau des dimensions « *Planification* », « *Compétences financières* » et « *Intention d'entreprendre* ». Cela corrobore avec les recherches antérieures soutenant que le fait d'être issus de familles d'entrepreneurs incite les enfants à choisir une carrière entrepreneuriale (Davidsson, 1995). En effet, les expériences acquises au sein d'une famille en affaires influencent les valeurs, les attitudes et les comportements d'un individu (Carr et Sequeira, 2007). En outre, c'est au sein de la famille en affaires que les individus ont tendance à prendre leurs parents comme modèle et auront un sentiment d'auto-efficacité plus prononcé vis-

à-vis d'une carrière entrepreneuriale (Schunk, 1987). Étant donné que l'individu ait plus d'opportunités de prendre part à la gestion de l'entreprise familiale, cela va avoir un impact sur son sentiment d'auto-efficacité à l'égard des tâches entrepreneuriales comme la planification ou les compétences financières.

En somme, cette recherche a contribué à faire avancer les connaissances à la fois au niveau du mentorat, de l'auto-efficacité ainsi que du développement de l'intention d'entreprendre. Tout d'abord, cette recherche met en lumière les effets que peuvent exercer le mentorat sur l'intention d'entreprendre. En effet, les résultats démontrent que le fait d'avoir un mentor en affaires explique l'intention d'entreprendre mais dans une moindre mesure, étant donné que le $R^2_{ajusté}$ au niveau du modèle final est de 0,0162. En d'autres termes, le mentorat explique juste 1,62 % de l'intention d'entreprendre, ce qui est une proportion assez faible pour affirmer que le mentorat ait un impact important sur l'intention d'entreprendre.

Ce résultat pourrait toutefois découler du fait que le mentorat n'ait pas été mesuré d'une manière optimale. En effet, la fréquence et la durée de la relation de mentorat sont primordiales pour que le mentorat puisse être efficace (Nandram, 2003). Des travaux mesurent également les fonctions du mentor comme moyen d'évaluer le mentorat reçu (St-Jean, 2011).

Autrement dit, si ces facteurs étaient entre autres mieux contrôlés et mesurés, nous aurions pu observer un effet plus fort du mentorat sur l'intention d'entreprendre, c'est-à-dire un $R^2_{ajusté}$ beaucoup plus élevé.

Il a été aussi intéressant d'apprécier le rôle primordial de l'auto-efficacité entrepreneuriale. En effet, la recherche a permis de confirmer le rôle de variable médiatrice entre le mentorat et l'intention d'entreprendre étant donné sa relation significative avec la dernière variable, mais aussi celle avec le mentorat. Cependant, si

nous nous référons aux résultats (*Tableau 16*), l'auto-efficacité entrepreneuriale a un effet médiateur partiel en ce sens qu'une fois qu'elle est contrôlée, le mentorat demeure toujours significatif pour expliquer l'intention d'entreprendre.

L'implication de l'auto-efficacité a effectivement été utilisée dans d'autres contextes comme celui de l'éducation (ex Bandura, 1997), mais notre recherche a permis de mettre en évidence le rôle de l'auto-efficacité dans le milieu entrepreneuriale à travers les cinq dimensions de McGee et al., (2009). Cela est intéressant dans la mesure où nous avons pu apprécier chacune de ces dimensions, ainsi que ses relations avec l'intention d'entreprendre. La recherche se situe donc dans la continuité des travaux de Zhao et al., (2005) qui définissait l'auto-efficacité entrepreneuriale comme une variable médiatrice mais en la considérant de manière générale et non spécifique selon cinq dimensions.

Par ailleurs, l'utilité de notre recherche sur le plan managérial est d'offrir de nouvelles perspectives quant aux moyens qui permettent de développer l'intention d'entreprendre. Cela est essentiel dans la mesure où l'objectif des pouvoirs publics étant de stimuler l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. La recherche se positionne alors en amont du processus entrepreneurial dans le but d'améliorer les connaissances des éléments qui contribuent à développer l'intention d'entreprendre tout en mettant en exergue leurs relations.

Dans cette perspective et à la lumière des résultats obtenus, il est suggéré de mettre en place un projet pilote de mentorat formel au niveau des étudiants universitaires. Ce projet permettrait de mieux mesurer le mentorat reçu et de contrôler des dimensions importantes telles que la durée et la fréquence des rencontres entre les étudiants et les mentors, au lieu de se cantonner seulement sur une variable binaire (*présence ou non de mentor*). À titre d'exemple concret, en contrôlant la fréquence et la durée des rencontres, ou même les fonctions exercées par le mentor, dans le cadre d'un projet pilote, il serait alors davantage possible de voir l'effet du mentorat qu'en ne

considérant que la présence ou non d'un mentor. Pour ce faire, il est important faire un suivi des relations de mentorat dans une durée plus ou moins longue, c'est-à-dire, faire en sorte que le projet pilote se maintienne de manière longitudinale. Dans le cas où les résultats s'avèreraient concluants, la mise en place de programmes de mentorat dans plusieurs universités serait alors suggérée.

5.2- LIMITES DE LA RECHERCHE

En ce qui concerne la présente recherche, plusieurs limites peuvent être avancées dont la principale concerne le fait que quelques éléments indispensables et importants intervenant dans le développement de l'intention d'entreprendre ne soient pas tenus en compte. Il s'agit principalement de l'apport individuel dont la personnalité, les attentes de résultats et les intérêts envers l'entrepreneuriat. En effet, il est évident que les résultats que nous avons obtenu soient limitées du fait que nous n'avons pas tenu en compte les principaux facteurs cités plus haut. Cependant, et en contrepartie, cela a pour avantage d'approfondir les variables considérées les plus importantes et d'obtenir des résultats parcimonieux.

En outre, notre recherche se voue principalement à comprendre le développement de l'intention d'entreprendre, alors que l'intention d'entreprendre ne garantit en aucune manière le démarrage d'une entreprise. Un suivi longitudinal ou même des travaux complémentaires pour élucider cette question seraient nécessaires.

Ensuite, il y a aussi le fait que le mentorat est assez mal mesuré dans notre recherche. En effet, dans l'opérationnalisation de cette variable, nous nous sommes seulement limité à « *Aucun mentor = 0; Au moins un mentor = 1* », tel que mentionné précédemment. Cela a pour conséquence probable d'avoir un R^2 ajusté faible, les

résultats étant limités pour expliquer les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre.

Les données que nous avons utilisées sont basées sur des données ponctuelles ou transversales, c'est-à-dire au cours d'une seule année. Toutefois, il est préférable d'avoir des données sur une base longitudinale afin d'apprécier concrètement l'évolution de résultats concernant les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre. En plus de cela, notre base de données est composée uniquement d'étudiants universitaires, ce qui limite la portée de notre recherche. Néanmoins, en contrepartie, cela permet de focaliser sur cette clientèle importante d'un point de vue des pouvoirs publics.

Dans notre recherche, il s'agit de vérifier principalement les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre tout en tenant compte de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui influence à son tour l'intention d'entreprendre. Toutefois, rien ne permet d'exclure totalement des relations causales inverses entre les variables. Ainsi, il est possible que ce soit le fait d'avoir une intention d'entreprendre élevée et un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale élevé qui pourrait pousser un individu à développer des relations mentoriales avec des gens d'affaires. Seule une recherche longitudinale pourrait définitivement démontrer le sens de la relation.

5.3- PROPOSITIONS POUR D'ÉVENTUELLES RECHERCHES

À l'issue de ces résultats, plusieurs pistes de recherches pourraient être évoquées. En effet, il est suggéré de tenir compte des variables qui interviennent dans le développement de l'intention d'entreprendre que nous n'avons pas tenu en compte, comme l'apport individuel dont la personnalité, les attentes de résultats et les intérêts envers l'entrepreneuriat, soit d'autres éléments proposés dans la TSC de Lent et al., (2002).

Ensuite, les éventuelles recherches ne devraient pas se limiter juste à l'étude de l'intention d'entreprendre, mais aussi s'étaler jusqu'à la création d'entreprise, étant donné qu'avoir l'intention d'entreprendre n'implique pas forcément le démarrage d'une entreprise.

Comme nous avons évoqué précédemment, il serait opportun d'étudier les effets du mentorat sur le développement de l'intention d'entreprendre et par l'intermédiaire de l'auto-efficacité entrepreneuriale de manière longitudinale à travers quelques années, sans se limiter à un échantillon d'étudiants universitaires afin de pouvoir généraliser les résultats à différentes clientèles.

En outre, le fait de mettre en place une mesure assez efficace à l'égard de la relation mentorale serait suggéré afin de mieux apprécier les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre. Tel qu'évoqué auparavant, la fréquence et la durée sont des facteurs importants pour la réussite de la relation mentorale (Nandram, 2003).

Enfin, il est aussi suggéré d'étudier le fait que ce soit le fait d'avoir une intention d'entreprendre et un sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale élevé qui pourrait amener un individu à solliciter des relations avec des mentors en affaires.

CONCLUSION

La présente recherche s'est consacrée à étudier les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires québécois par l'intermédiaire de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Cela est intéressant dans la mesure où ceux-ci se trouvent à la croisée des chemins à l'issue de leurs études entre choisir un emploi salarié ou s'investir dans une carrière entrepreneuriale. Afin d'améliorer les connaissances concernant les facteurs qui amènent un individu à s'engager dans une carrière entrepreneuriale, la recherche s'est positionnée alors avant même le démarrage d'une entreprise.

Aussi, nous nous sommes basés sur la théorie sociocognitive de la carrière de Lent et al., (2002) qui mettait en exergue les différents facteurs qui contribuent au développement de l'intention de choisir une carrière (ici l'entrepreneuriat), et permettait par la même occasion de vérifier l'influence du mentorat.

En général, les résultats contribuent à démontrer la relation positive entre le mentorat et l'intention d'entreprendre même si l'effet du mentorat, tel que mesuré, n'est pas très grand. Par ailleurs, la recherche a aussi permis de vérifier du rôle de médiateur partiel de l'auto-efficacité entrepreneuriale entre le mentorat et l'intention d'entreprendre. En outre, il a été prouvé que les différentes dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale proposées par McGee et al., (2009) ont une relation positive avec l'intention d'entreprendre.

En somme, malgré les nombreuses recherches déjà effectuées sur l'intention d'entreprendre (ex Boyd et Vozikis, 1994; Guerrero, Rialp et Urbano, 2008; Krueger et al., , 2000; Miller, Bell, Palmer et Gonzalez, 2009), nous avons pu mettre en lumière l'effet spécifique de chacune des cinq dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale et

de tester l'effet médiateurs de celles-ci. Néanmoins, une multitude d'avenues de recherche reste encore à explorer comme nous avons évoqué tout au long du mémoire.

En effet, il est suggéré notamment de considérer les différents facteurs tels que les attentes de résultats, les intérêts envers l'entrepreneuriat et l'apport individuel tel que la personnalité dans les recherches à venir. En outre, une enquête longitudinale serait aussi plus appropriée pour apprécier d'une manière plus concrète les effets du mentorat sur l'intention d'entreprendre.

La recherche pourrait donc être un outil à l'égard du développement de l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires afin de combler le probable manque du nombre d'entrepreneurs tel que nous avons évoqué initialement. En effet, l'intention d'entreprendre constitue le meilleur prédicteur d'une activité entrepreneuriale (Krueger et al., 2000), d'autant plus que le gouvernement québécois met le développement de l'entrepreneuriat au cœur de ses priorités (MEIE, 2014). À cet égard, nos résultats servent d'appui à la mise en place d'un programme pilote de mentorat destiné aux étudiants manifestant de l'intérêt à l'égard de la carrière d'entrepreneur afin de pouvoir contrôler avec plus de précision l'effet de cet accompagnement dans le développement de l'intention et surtout, dans le passage à l'action.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Almobaireek, W. N., et Manolova, T. S. (2012). Who wants to be an entrepreneur? Entrepreneurial intentions among Saudi university students. *African Journal of Business Management*, 6(11), 4029-4040.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., et Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of business venturing*, 18(1), 105-123.
- Arenius, P., et Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Bandura. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bandura. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*: New York : Freeman.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122.
- Bandura, A. (1992). *Exercise of personal agency through the self-efficacy mechanism*. Paper presented at the This chapter includes revised and expanded material presented as an invited address at the annual meeting of the British Psychological Society, St. Andrews, Scotland, Apr 1989.
- Bandura, A. (2007). Much ado over a faulty conception of perceived self-efficacy grounded in faulty experimentation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(6), 641-658.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., et Kickul, J. R. (2007). The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86-104.
- BarNir, A., Watson, W. E., et Hutchins, H. M. (2011). Mediation and Moderated Mediation in the Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 270-297.
- Baron, R. M., et Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Bergem, T. (1986). Teachers' thinking and behavior. An empirical study of the role of social sensitivity and moral reasoning in the teaching performance of student teachers. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 30(4), 193-203.

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management review*, 13(3), 442-453.
- Bisk, L. (2002). Formal entrepreneurial mentoring: the efficacy of third party managed programs. *Career Development International*, 7(5), 262-270. doi: 10.1108/13620430210440082
- Bledsoe, M. T., et Oatsvall, R. J. (2010). Entrepreneurship--Women's Business. *International Business & Economics Research Journal*, 9(13).
- Boyd, et Vozikis. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 63-63.
- Bronfenbrenner, U. (1986). Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. *Developmental psychology*, 22(6), 723.
- Brush, C. G., de Bruin, A., et Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Buttner, E. H. (1992). Entrepreneurial stress: is it hazardous to your health? *Journal of Managerial Issues*, 223-240.
- Cairns, R. B., Cairns, B. D., et Neckerman, H. J. (1989). Early school dropout: Configurations and determinants. *Child development*, 1437-1452.
- Carr, J., et Sequeira, J. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach. *Journal of business research*, 60(10), 1090-1098.
- Chen, Greene, P. G., et Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316. doi: 10.1016/s0883-9026(97)00029-3
- Chen, Gully, S. M., et Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational research methods*, 4(1), 62-83.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., et Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 19-40.
- Cope, J., et Watts, G. (2000). Learning by doing--an exploration of experience, critical incidents and reflection in entrepreneurial learning. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(3), 104-124.
- Cossette, J., Mélançon, S., et Desbiens, C. (2010). *Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec: un regard sur 2013 et 2018*: Développement économique, innovation, exportation, Direction générale des communications et des services à la clientèle.

- Cull, J. (2006). Mentoring young entrepreneurs: what leads to success? *International journal of evidence based coaching and mentoring*, 4(2), 8-18.
- Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. Paper presented at the RENT IX Workshop, Piacenza, Italy.
- Davidsson, P., et Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- De Noble, A., Jung, D., et Ehrlich, S. (1999). *Initiating new ventures: The role of entrepreneurial self-efficacy*. Paper presented at the Babson Research Conference, Babson College, Boston, MA.
- Deakins, D., Graham, L., Sullivan, R., et Whittam, G. (1998). New venture support: an analysis of mentoring support for new and early stage entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 5(2), 151-161.
- Díaz-García, M. C., et Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261-283.
- Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153.
- Eckhardt, J. T., et Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.
- Egan, T. M. (2005). The impact of learning goal orientation similarity on formal mentoring relationship outcomes. *Advances in Developing Human Resources*, 7(4), 489-504.
- FDE. (2014). À propos du Réseau M. Retrieved 11 Mai 2014, from <http://www.entrepreneurship.qc.ca/mentorat-pour-entrepreneurs/propos-du-reseau-m>
- Forbes, D. P. (2005). The Effects of Strategic Decision Making on Entrepreneurial Self-Efficacy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 599-626.
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of business venturing*, 5(1), 15-28.
- GEM. (2013). Situation de l'activité entrepreneuriale québécoise. Retrieved 13 Mai, 2014, from <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3332>
- Gird, A., et Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.
- Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of management review*, 12(3), 472-485.

- Gist, M. E., et Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of management review*, 17(2), 183-211.
- Godshalk, V. M., et Sosik, J. J. (2007). Mentoring and leadership. *The handbook of mentoring at work: Theory, research, and practice*, 149-178.
- Guerrero, M., Rialp, J., et Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., et Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 397-417.
- Hansen, D. J., et Shrader, R. (2007). *Opportunity: An 11-letter word*. Paper presented at the Babson College Entrepreneurship Research Conference, Madrid, Spain.
- Harris, J. A., Saltstone, R., et Fraboni, M. (1999). An evaluation of the job stress questionnaire with a sample of entrepreneurs. *Journal of Business and Psychology*, 13(3), 447-455.
- Hui-Chen, C., Kuen-Hung, T., et Chen-Yi, P. (2014). The entrepreneurial process: an integrated model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-19.
- Huselid, M. A., Jackson, S. E., et Schuler, R. S. (1997). Technical and strategic human resources management effectiveness as determinants of firm performance. *Academy of Management Journal*, 40(1), 171-188.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., et Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education+ Training*, 53(5), 353-370.
- Julien, P.-A. (2005). *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance: une métaphore des romans policiers*: PUQ.
- Julien, P.-A., et Morin, M. (1996). *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*: PUQ.
- Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., et Barbosa, S. D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 321-335.
- Kirchhoff, B. A., et Phillips, B. D. (1988). The effect of firm formation and growth on job creation in the United States. *Journal of business venturing*, 3(4), 261-272.
- Kolvereid, L., et Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of business venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., et Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.

- Lent, R. W., et Brown, S. D. (2008). Social cognitive career theory and subjective well-being in the context of work. *Journal of Career Assessment*, 16(1), 6-21.
- Lent, R. W., Brown, S. D., et Hackett, G. (2002). Social cognitive career theory. *Career choice and development*, 4, 255-311.
- Liñán, F., et Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Luszczynska, A., Scholz, U., et Schwarzer, R. (2005). The general self-efficacy scale: Multicultural validation studies. *The Journal of psychology*, 139(5), 439-457.
- Luthans, F., et Ibrayeva, E. S. (2006). Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses. *Journal of International Business Studies*, 37(1), 92-110.
- Lüthje, C., et Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Markman, G. D., Balkin, D. B., et Baron, R. A. (2002). Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 149-165.
- McCord, J. H., McDonald, R., Sippel, R. S., Levenson, G., Mahvi, D. M., et Weber, S. M. (2009). Surgical career choices: the vital impact of mentoring. *Journal of Surgical Research*, 155(1), 136-141.
- McGee, Peterson, M., Mueller, S. L., et Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- MDEIE. (2008). Taux de survie des nouvelles entreprises au Québec. Retrieved 04 Juin, 2014, from <http://www.mdeie.gouv.qc.ca/es/bibliotheques/etudes-analyses/analyses-sur-l'entrepreneuriat-et-les-pme/taux-de-survie-des-nouvelles-entreprises-au-quebec/>
- MEIE. (2014). Stratégie Québécoise de l'Entrepreneuriat. Retrieved 12 Mai, 2014, from [https://www.economie.gouv.qc.ca/objectifs/informer/politiques-strategies-plans-daction/page/strategies-14248/?tx_igaffichagepages_pi1\[mode\]=single&tx_igaffichagepages_pi1\[backPid\]=81&tx_igaffichagepages_pi1\[currentCat\]=&cHash=1ad4abe0995b0b3c76ac6c6838c7d50a](https://www.economie.gouv.qc.ca/objectifs/informer/politiques-strategies-plans-daction/page/strategies-14248/?tx_igaffichagepages_pi1[mode]=single&tx_igaffichagepages_pi1[backPid]=81&tx_igaffichagepages_pi1[currentCat]=&cHash=1ad4abe0995b0b3c76ac6c6838c7d50a)
- Menzies, T. V., Diochon, M., Gasse, Y., et Elgie, S. (2006). A longitudinal study of the characteristics, business creation process and outcome differences of Canadian female vs. male nascent entrepreneurs. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 441-453.

- Miller, B. K., Bell, J. D., Palmer, M., et Gonzalez, A. (2009). PREDICTORS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS: A QUASI-EXPERIMENT COMPARING STUDENTS ENROLLED IN INTRODUCTORY MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP CLASSES. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 21(2).
- Mullen, E. J. (1998). Vocational and psychosocial mentoring functions: Identifying mentors who serve both. *Human Resource Development Quarterly*, 9(4), 319-331.
- Nabi, G., Holden, R., et Walmsley, A. (2010). Entrepreneurial intentions among students: towards a re-focused research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 537-551.
- Nandram, S. (2003). *Entrepreneurs' need for mentoring and their individual differences*. Paper presented at the ICSB 48 th World Conference.
- Noe, R. A. (1988). An investigation of the determinants of successful assigned mentoring relationships. *Personnel psychology*, 41(3), 457-479.
- O'Dwyer, M., et Ryan, E. (2000). Management development issues for owners/managers of micro-enterprises. *Journal of European Industrial Training*, 24(6), 345-353.
- Pajares, F., et Schunk, D. (2001). The development of academic self-efficacy., *Development of achievement motivation. United States*.
- Peterman, N. E., et Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Propst, D. B., et Koesler, R. A. (1998). Bandura goes outdoors: Role of self-efficacy in the outdoor leadership development process. *Leisure Sciences*, 20(4), 319-344.
- Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., et Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 571-594.
- Radu Lefebvre, M., et Redien-Collot, R. (2013). "How to Do Things with Words": The Discursive Dimension of Experiential Learning in Entrepreneurial Mentoring Dyads. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 370-393.
- Raijman, R. (2001). Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago. *The Journal of Socio-Economics*, 30(5), 393-411.
- Santos, F., Liñan, F., et Roomi, M. A. (2010). A cognitive attempt to understanding female entrepreneurial potential: the role of social norms and culture.
- Schunk, D. H. (1987). Peer models and children's behavioral change. *Review of educational research*, 57(2), 149-174.

- Schwarzer, R., et Jerusalem, M. (1995). Generalized self-efficacy scale. *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs*, 1, 35-37.
- Segal, G., Borgia, D., et Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 42-57.
- Shane, S., Locke, E. A., et Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Shane, S., et Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shapero, A., et Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Sharma, P., et Chrisman, S. J. J. (2007). Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship* *Entrepreneurship* (pp. 83-103): Springer.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., et Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological reports*, 51(2), 663-671.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., et Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., et Ireland, R. D. (2010). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65.
- Simard, P., et Fortin, J. (2008). Mentorat des entrepreneurs. *Gestion*, 33(1), 10-17.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., et Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of business venturing*, 22(4), 566-591.
- St-Jean. (2009). *Retombées et facteurs de succès d'une relation de mentorat d'entrepreneur novice selon la perspective du mentoré*. Département de management, Faculté des sciences de l'administration, Université Laval.
- St-Jean. (2011). Les fonctions du mentor de l'entrepreneur novice. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 9(2), 34-55.
- St-Jean, et Audet. (2008). *The role of mentoring in the learning development of the novice entrepreneur: can a mentor make a difference*. Paper presented at the Proceedings of the ICSB 2008 World Conference, Halifax, Canada.

- St-Jean, et Audet, J. (2008). Le rôle du mentor dans le développement des apprentissages de l'entrepreneur novice. *9 e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*.
- St-Jean, et Audet, J. (2009). Factors leading to satisfaction in a mentoring scheme for novice entrepreneurs. *International journal of evidence based coaching and mentoring*, 7(1), 148-161.
- St-Jean, et Mathieu, C. (2012). Les déterminants du développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans un contexte de mentorat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 10(3), 13-31.
- St-Jean, et Tremblay. (2013). *L'intention d'entreprendre sous le prisme de la théorie sociocognitive de la carrière: une comparaison homme/femme auprès d'étudiants universitaires*. Paper presented at the Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Fribourg (Suisse).
- Straus, S. E., Straus, C., et Tzanetos, K. (2006). Career choice in academic medicine: systematic review. *Journal of general internal medicine*, 21(12), 1222-1229.
- Stumpf, S. S., Dunbar, R. L., et Mullen, T. P. (1991). Developing entrepreneurial skills through the use of behavioural simulations. *Journal of Management Development*, 10(5), 32-45.
- Thompson. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Townsend, D. M., Busenitz, L. W., et Arthurs, J. D. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of business venturing*, 25(2), 192-202.
- Turker, D., et Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Vaghely, I. P., et Julien, P.-A. (2010). Are opportunities recognized or constructed?: An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. *Journal of business venturing*, 25(1), 73-86.
- Van Auken, H., Fry, F. L., et Stephens, P. (2006). The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(02), 157-167.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, 3, 119-138.
- Waters, L., McCabe, M., Kiellerup, D., et Kiellerup, S. (2002). The role of formal mentoring on business success and self-esteem in participants of a new business start-up program. *Journal of Business and Psychology*, 17(1), 107-121.

- Wilson, Kickul, J., et Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial Self-Efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship Education1. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Wood, R., et Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of management review*, 14(3), 361-384.
- Zellweger, T., Sieger, P., et Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of business venturing*, 26(5), 521-536.
- Zhao, Seibert, et Hills. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE EN LIGNE

Questionnaire sur le développement de la carrière entrepreneuriale (UQTR)

Page 1

Consentement

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

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

Afin de pouvoir faire un tel suivi avec vous dans environ un an, nous avons besoin d'une adresse de courriel que vous utilisez fréquemment et ce, afin de pouvoir vous envoyer l'invitation à participer à un court suivi pour cette enquête. En fournissant vos coordonnées, cela ne vous oblige aucunement à participer à cette relance. Par ailleurs, si vous souhaitez obtenir un résumé des résultats de cette recherche, celui-ci vous sera envoyé par courriel à cette adresse. Également, sachez que vos coordonnées ne seront pas utilisées à d'autres fins que la correspondance et que la confidentialité de vos réponses sera strictement observée.

2. Prénom : _____

3. Nom : _____

4. Vous êtes :
 - a. Un homme
 - b. Une femme
5. Adresse de courriel utilisée la plus fréquemment : _____
6. Souhaitez-vous recevoir une invitation pour un suivi à cette enquête ? (OUI/NON)

Page 2

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

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

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

Page 3

8. Avez-vous déjà possédé une entreprise qui a échoué, où « l'échec » implique d'être contraint de cesser ses activités en tant qu'organisation à cause du manque de ressources et / ou de détresse financière ? (Cela exclut, vendre son entreprise, la fusionner ou l'arrêter parce qu'il existe de meilleures alternatives) (OUI/NON)
9. Jusqu'à aujourd'hui, combien d'entreprises avez-vous possédées (au total) ?
10. Combien possédez-vous d'années d'expérience en affaires comme entrepreneur (seul ou en équipe), incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres ?

Page 4

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

Page 5

13. Nous aimerions maintenant connaître vos aspirations à devenir entrepreneur. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :
- a. Je pense souvent à devenir un entrepreneur
 - b. J'aimerais me voir en tant qu'entrepreneur
 - c. Devenir un entrepreneur serait une part importante de qui je suis
 - d. Quand j'y pense, le terme « entrepreneur » m'irait plutôt bien
 - e. C'est important pour moi d'exprimer mes aspirations entrepreneuriales.
14. Dans quelle mesure est-ce que ces affirmations s'appliquent à votre situation : (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord)
- a. Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise
 - b. J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise
 - c. Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise
 - d. Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise
 - e. Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise

Page 6

15. Avez-vous l'intention de démarrer une nouvelle entreprise dans le futur ?

(échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

16. Avez-vous l'intention d'acheter une nouvelle entreprise dans le futur ?

(échelle : 1 = Pas du tout, 2 = Un peu, 3 = Modérément, 4 = Beaucoup et 5 = Énormément)

Si 2 ou plus à la question 3 ou 4, répondre aux questions suivantes; sinon passez à la page 10.

Page 7

17. Nous aimerions maintenant connaître la clarté et l'intensité des buts entrepreneuriaux que vous souhaitez poursuivre. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les énoncés suivants (échelle : 1-Très en désaccord, 2-En désaccord, 3-Un peu en désaccord, 4-Ni en accord/ni en désaccord, 5-Un peu en accord, 6-En accord et 7-Très en accord) :

- a. Je sais que je veux posséder ma propre entreprise.
- b. J'ai un ensemble clair de buts pour mon avenir en tant qu'entrepreneur.
- c. Je crois que mon objectif de posséder ma propre entreprise est réaliste.
- d. Je crois que je vais être en mesure d'atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.
- e. Mes idées sont claires quant aux mesures immédiates que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.
- f. Mes idées sont claires quant aux mesures à court terme (c.-à-d., dans les 6-12 prochains mois) que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.

- g. Mes idées sont claires quant aux mesures à long terme (c.-à-d., plus de 12 mois dans le futur) que je dois prendre pour atteindre mon but de posséder ma propre entreprise.
- h. Je prends les mesures nécessaires pour atteindre mon objectif de posséder ma propre entreprise.

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

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

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

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

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

Page 8

20. Est-ce que ces partenaires seraient :

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

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

22. Considérez-vous:

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

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

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

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

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

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

Page 10

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

- j. Réseauter (c.-à-d., faire des contacts et échanger de l'information avec d'autres)
- k. Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours
- l. Superviser des employés
- m. Recruter et embaucher des employés
- n. Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise
- o. Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours
- p. Inspirer, encourager et motiver mes employés
- q. Former mes employés
- r. Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise
- s. Gérer les actifs financiers de mon entreprise
- t. Lire et interpréter les états financiers.

Page 11

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

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

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

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

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

Page 12

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

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

31. Indiquez l'importance que vous accordez à l'opinion des personnes suivantes dans votre choix de statut d'emploi : (échelle : 1= Pas du tout important, 2= Peu

important, 3= À peine important, 4= Neutre, 5= Modérément important, 6= Très important, 7= Extrêmement important et 0= Non applicable/Ne sait pas)

- a. Mes parents
- b. Mon époux/Partenaire de vie
- c. Mes frères et sœurs

- d. Ma famille
- e. Mes amis proches
- f. En général, mes connaissances

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

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

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

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

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

Page 13

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

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

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

- a. Je me fixe souvent un but mais choisis plus tard d'en poursuivre un différent.
- b. J'ai déjà été obsédé par une certaine idée ou un projet pour un court moment mais perdu l'intérêt par la suite
- c. J'ai de la difficulté à maintenir le « focus » sur un projet qui prend plus que quelques mois à compléter
- d. Les nouvelles idées et projets me distraient parfois de ceux précédents

- e. Je finis quoi que ce soit que je commence
- f. Les échecs ne me découragent pas
- g. Je suis diligent/appliqué
- h. Je suis un travailleur acharné

Page 14

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

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

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

39. Quel est votre âge ?

40. Quel est votre statut matrimonial?

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

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

42. Lors de la dernière année fiscale, quel est votre revenu brut approximatif ?

- a. En bas de 15,000 \$
- b. 15,001 - 25,000 \$
- c. 25,001 \$ - 50,000 \$
- d. 50,001 \$ - 75,000 \$
- e. 75,001 \$ - 100,000 \$
- f. 100,001 \$ - 250,000 \$
- g. 250,001 \$ ou plus

43. Pendant combien de mois pouvez-vous vivre sur vos réserves financières sans aucune autre source de revenus ? (0 à 3, 4 à 6, ... jusqu'à plus de 24 mois).

44. Selon vous, obtenir des capitaux (ex. : de la banque, de fonds spécialisés ou autres) pour soutenir le démarrage ou le développement d'une entreprise serait : (1-Très difficile, 2-Assez difficile, 3-Un peu difficile, 4-Ni facile, ni difficile, 5-Un peu facile, 6-Assez facile et 7-Très facile)

45. Combien d'années d'expérience de travail à temps plein avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
46. De ce nombre, combien d'années d'expérience de travail comme superviseur/gestionnaire à temps plein avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
47. Combien d'années d'expérience de travail à temps partiel avez-vous ? (0, 1, 2,... jusqu'à 11 et +)
48. Dans quel pays êtes-vous né ? (Canada, États-Unis, Mexique, Colombie, Brésil, France, Belgique, Suisse, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun, Madagascar, Italie, Chine, Vietnam, Allemagne, Royaume-Uni, Japon, AUTRE____)
49. De quel pays avez-vous la nationalité ? (Canada, États-Unis, Mexique, Colombie, Brésil, Angleterre, France, Belgique, Suisse, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal, Côte d'Ivoire, Cameroun, Madagascar, Italie, Chine, Vietnam, Allemagne, Royaume-Uni, Japon, AUTRE____)
50. À quelle origine ethnique appartenez-vous ? (Blanc, Noir, Autochtones, Arabe, Latino-Américain, Chinois, Sud-Asiatique (Inde, Sri-Lanka, etc), Asie du Sud-Est (Vietnam, Cambodge, etc.), Coréen, Philippin, AUTRE____)
51. Depuis combien de générations votre famille vit-elle dans le pays dont vous avez la nationalité ? (Si la réponse est différente entre le côté maternel et le côté paternel, choisissez le plus petit des deux nombres)
- a. Zéro. J'ai immigré ici.
 - b. Une. Mes parents ont immigré ici et ensuite je suis né ici.

- c. Deux. Mes grands-parents ont immigré ici, et ensuite mes parents sont nés ici.
 - d. Trois ou plus.
52. En termes de richesse financière par rapport aux autres personnes résidant dans votre pays, considérez-vous votre famille :
- a. En dessous du seuil de pauvreté
 - b. Dans la moyenne (classe moyenne)
 - c. Au-dessus de la moyenne (la classe supérieure)
53. Dans votre jeunesse, vous avez été élevé principalement :
- a. Dans une grande ville (+ 1 million)
 - b. Dans une ville moyenne (entre 50 000 et 1 million)
 - c. Dans une petite ville (entre 15 000 et 50 000)
 - d. Dans un village/milieu rural (moins 15 000)
 - e. Déménagé souvent (différents milieux)
54. À quel niveau d'étude êtes-vous inscrit actuellement? (échelle : premier cycle, deuxième cycle, troisième cycle)
55. Quel est votre domaine d'étude? (Échelle : Arts, lettre et langues, Éducation, Psychologie, Science de la gestion, Sciences humaines et sociales, Sciences pures et génie, Sciences de la santé).
56. Quel est votre spécialisation? (échelle Comptabilité, Entrepreneuriat, Finance, Générale, Logistique, Management, Marketing, Ressources humaines).
57. Quels cours parmi les suivants avez-vous suivi ? (excluant la session en cours)

UQTR :

ADM1082

GAE1002

GAE1003

GAE1037

GAE1038

GAE1039

GAE1042

UQO :

MNG1383

MNG1373

DEV6053

UQAT :

SCH6004

ADM36002

MGO709

2MGO710

UQAR :

ADM24704

ADM31504

ADM39904

ADM23083

ADM23599

ADM24599

ADM40004

MBA8472

MBA8S92

MBA8S93

DEV71285

DSC65797

Sherbrooke :

INS-105

INS-124

INS-134

INS-144

INS-154

INS-181

INS-236

INS-442

INS-503

INS-552

INS-710

INS-741

INS-750

INS-754

INS-803

Laval :

ENT-1000

MNG-2112

MNG-2113

MNG-2114

MNG-1100

MNG-1101

MNG-2108
MNG-63355
MNG-63449
MNG-64971

Téluq :

ADM 2014
ADM 2114
ADM 9001
ADM 9002

HEC :

ADM1082
GAE1002
GAE1003
GAE1037
GAE1038
GAE1039
GAE1042

ETS :

GPO605
ENT810
ENT820
ENT830

Polytechnique :

IND8137
IND4711

Advancia ????

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

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

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

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

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

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

62. Quel est votre statut d'étudiant actuel?

- a. Temps plein
- b. Temps partiel

63. Quel est votre statut d'emploi actuel?

- a. Temps plein
- b. Temps partiel
- c. Non employé

d. Travailleur autonome

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

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

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

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

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