

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

ESSAI DE 3^E CYCLE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN PSYCHOLOGIE
(PROFIL INTERVENTION)

PAR
PAUL SIMARD

EXPLICATION DU PASSAGE À L'ACTION ENTREPRENEURIALE :
UNE ÉTUDE LONGITUDINALE

Mai 2017

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.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

Cet essai de 3^e cycle a été dirigé par :

Étienne St-Jean, Ph.D., directeur de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Jury d'évaluation de l'essai :

Étienne St-Jean, Ph.D.

Université du Québec à Trois-Rivières

Cécile Fonrouge, Ph.D.

Université du Québec à Trois-Rivières

Maripier Tremblay, D.B.A.

Université Laval

Sommaire

La présente étude explique le passage à l'action entrepreneuriale par l'entremise d'une modélisation critique des facteurs psychosociaux de la théorie du comportement planifié, en plus de proposer une double mesure de l'intention d'entreprendre, selon que cette notion soit examinée sous un angle cognitif ou un angle comportemental. Les résultats obtenus affirment que l'intention cognitive d'entreprendre explique négativement le passage à l'action entrepreneuriale lorsqu'elle est en interaction de faibles normes subjectives. Également, l'intention comportementale d'entreprendre s'avère être le seul facteur qui explique significativement le passage à l'action entrepreneuriale. Ces résultats ont été obtenus au cours d'une enquête longitudinale, sur un suivi de deux ans, auprès de 313 participants, dont 90 se sont engagés dans un passage à l'action entrepreneuriale.

Table des matières

Sommaire	iii
Table des matières.....	iiiv
Liste des tableaux	vii
Liste des figures	vii
Remerciements.....	viii
Introduction	1
Contexte théorique	6
Explications généralistes du comportement.....	7
Explications du comportement entrepreneurial	11
Objectifs et hypothèses	18
Méthode.....	23
Échantillon	24
Mesures	25
L'attitude face à l'entrepreneuriale	25
Les normes subjectives entrepreneuriales.....	26
L'auto-efficacité entrepreneuriale.....	27
L'intention cognitive d'entreprendre	29
L'intention comportementale d'entreprendre	30
L'action entrepreneuriale.....	31
Les mesures de contrôle.....	32
Résultats	33

Analyses ayant recours à l'intention cognitive d'entreprendre	37
Analyses ayant recours à l'intention comportementale d'entreprendre	41
Discussion	45
Conclusion	49
Références	53

Liste des tableaux

Tableau

1	Statistiques descriptives	35
2	Corrélations entre les variables indépendantes	36
3	Régression logistique binaire du passage à l'action entrepreneuriale sous le prisme de l'intention cognitive d'entreprendre	39
4	Régression logistique binaire du passage à l'action entrepreneuriale sous le prisme de l'intention comportementale d'entreprendre	43

Liste des figures

Figure

1	Modélisation de la TAR et de la TCP tiré de Vallerand (2006, p. 287).....	10
2	La TCP selon l'ajustement d'Ajzen (2002).....	11
3	Le MEE de Shapero et Sokol (1982).	13
4	Modèle bi-intentionné du passage à l'action entrepreneuriale.	20

Remerciements

Je voudrais remercier mon directeur, Monsieur Étienne St-Jean, Ph.D., professeur de l'Université du Québec à Trois-Rivières, d'avoir adopté une grande ouverture d'esprit en ce qui concerne la collaboration de nos départements respectifs. Je tiens également à remercier Monsieur René Marineau, Ph.D., professeur à la retraite de l'Université du Québec à Trois-Rivières, d'avoir largement contribué à mon enrichissement personnel et clinique.

Cet essai est dédié à la mémoire de Janie Hébert, une amie et une collègue doctorante en psychologique.

Introduction

L'activité entrepreneuriale revêt une grande importance pour favoriser la croissance socioéconomique (Nikuze, 2015; Schumpeter, 1950), notamment au sein des pays industrialisés (Acs & Varga, 2005; Wennekers, Van Wennekers, Thurik, & Reynolds, 2005). Or, le Québec a présenté le taux de création d'entreprises le plus faible au Canada au cours de la période 2002-2012 (Marchand, Chirita, Ibanescu, Dejardin, & Luc, 2015).

Le rapport 2014 du *Global Entrepreneurship Monitor* sur la situation du Québec présente que l'intention d'entreprendre de la cohorte québécoise des 18-35 ans présentait un taux significativement supérieur à celle des 45-64 ans (28,5 % contre 13,8 %) (St-Jean & Duhamel, 2015). Également en 2014, une proportion quasi identique est obtenue (36,6 % contre 18,8 %) auprès de la cohorte québécoise des 18-34 ans, comparativement à celle des 35-64 ans (Marchand et al., 2015). Dans la même étude, ces cohortes ont démontré un taux inférieur d'activités entrepreneuriales chez les plus jeunes comparé à celui des plus vieux (5,8 % contre 11,1 %) (Marchand et al., 2015). Comme la population universitaire du Québec est composée majoritairement d'individus dans la jeune vingtaine (Dale, 2010), il s'agit donc d'une population qui correspond aux cohortes avec une intention d'entreprendre élevée, combinée à un taux d'expériences entrepreneuriales faibles. Depuis 2010, la Chaire de recherche UQTR sur la carrière entrepreneuriale procède à une enquête longitudinale auprès de cette jeune population.

Le choix d'étudier le passage à l'action entrepreneuriale auprès d'une population universitaire rejoint l'objectif de Tremblay et Gasse (2016) lorsqu'ils affirment que : « Il importe de développer une meilleure connaissance des nouvelles générations d'entrepreneurs (...) » (p. 2), car « (...) les résultats portant sur le profil des entrepreneurs font ressortir des différences quant à la préparation et la formation de ces derniers. » (p. 18). Il semble que ce soit également le cas pour les comportements nécessaires et préparatoires à la création d'entreprise, car, comme l'affirme Fonrouge (2016) : « La possibilité pour la foule de financer des projets via Internet entraîne, d'une part, des modifications de pratiques chez les autres acteurs qui travaillent sur les transferts de fonds (...) » (p. 212). En ce sens, notre démarche d'étude auprès de la jeune population universitaire vise une meilleure compréhension des facteurs psychosociaux qui prédisposent actuellement à l'apparition d'une première activité entrepreneuriale.

Si de nombreuses études ont été menées afin d'expliquer l'intention d'entreprendre (Schlaegel & Koenig, 2014), quasiment aucune n'a focalisé sur le passage de l'intention à l'action. Pourtant, l'une des théories largement mobilisées est la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), qui postule que l'intention d'agir mène à l'action. Bien que cette théorie ait été mise à l'épreuve dans d'autres contextes que l'entrepreneuriat (Armitage & Conner, 2001), elle demeure peu validée dans ce contexte. D'ailleurs, une relecture de l'ensemble de l'évolution de ce champ d'études, par l'un de ces pionniers, souligne prestement l'importance de cibler l'explication de l'action entrepreneuriale (Bird, 2015). En effet, seuls Kolvereid et Isaksen (2006) ainsi que

Kautonen, Gelderen et Fink (2015) ont examiné de manière longitudinale les comportements entrepreneuriaux sous le prisme de la TCP. Aussi, la présente recherche se situe dans cette trajectoire de recherche en plus d'être la première du genre auprès d'une population universitaire et s'étoffer sur une période de deux ans. Incidemment, l'étude de l'intention d'entreprendre n'est pertinente que si elle permet d'expliquer l'action effective ultérieure. D'autant plus que cette mise en action constitue la première étape du processus entrepreneurial (Davidsson, 2006) et revêt un caractère indispensable pour le développement de la connaissance en entrepreneuriat (Bird, 2015).

Alors que la problématique a été posée, il convient d'en préciser la démarche de résolution subséquente. Ainsi, la première section présente une revue de la documentation scientifique reliée à l'évolution du champ d'études entrepreneuriales au sein des sciences de la gestion. Seront mis en évidence les choix, parfois arbitraires, qui ont conduit ce champ d'études à écarter la notion comportementale de l'entrepreneuriat au profit d'une survalorisation de la notion d'intention entrepreneuriale (Bird, 2015), elle-même devant être redéfinie selon qu'elle est observée sous un angle cognitif ou comportemental. Ainsi, nous présenterons un modèle inspiré de la documentation scientifique sur lequel reposeront nos hypothèses de recherche. La seconde section, pour sa part, traite de la méthodologie utilisée au sein de notre enquête longitudinale. La troisième section aborde nos résultats de recherche, qui sont ensuite discutés dans la quatrième section afin d'en exposer la contribution. C'est à ce moment que nous proposerons des recommandations pour accroître la compréhension des facteurs

prédisposant au passage à l'action entrepreneuriale. Pour finir, la conclusion fera état de diverses réflexions résultant de notre démarche de recherche.

Contexte théorique

La présente section aborde l'évolution de la recherche en psychologie vers l'observation des facteurs psychosociaux qui expliquent le passage à l'action entrepreneuriale. Pour ce faire, un survol historique des théories expliquant le comportement sera présenté avant d'aborder la manière dont ces théories ont été appliquées en science de la gestion entrepreneuriale. Ces éléments permettront d'asseoir notre modélisation des variables à l'étude.

Explications généralistes du comportement

En 1913, Watson a souhaité faire de la psychologie une science aussi robuste que la chimie ou la physique. Pour ce faire, il prit le comportement comme unité de mesure objective. Plus en détail, le behaviorisme émergea de l'étude sur l'apprentissage des réflexes chez l'animal (Pavlov, 1927), de l'implantation d'un apprentissage involontaire et émotionnel chez l'humain (Watson, 1930) puis sur l'apprentissage des conséquences sur des comportements spécifiques (Skinner, 1950). Les tentatives d'application de la théorie bémavioriste de Skinner sur l'apprentissage du langage ont été vivement critiquées de la part des linguistes (Chomsky, 1962), ce qui ouvrira la porte au cognitivisme.

Le cognitivisme prend pour objet d'étude le traitement cognitif de l'information perçue (Andler, 2004). En ce sens, Gordon Allport introduit la notion d'attitude au cours des années 1930 :

Une attitude représente un état mental et neuropsychologique de préparation à répondre, organisée à la suite de l'expérience et qui exerce une influence directe ou dynamique sur la réponse de l'individu à tous les objets et à toutes les situations qui s'y rapportent (Allport, 1935 cité dans Vallerand, 2006, p. 237).

Également, Doob (1947) présente l'attitude comme une réponse implicite anticipée. Par "implicite", il faut comprendre que l'attitude passe inaperçue aux observations comportementales traditionnelles associées au courant behavioriste. Aussi, Fishbein (1963) affirme que les croyances d'un individu génèrent une foule d'attitudes envers un objet cible. Dans la même lignée, Beck (1967) a élaboré une théorie psychothérapeutique de restructuration des cognitions dépressives. Ce dernier mit alors en évidence que l'apprentissage des cognitions est grandement facilité par la qualité de la relation entre le thérapeute et l'aidé. Ces cognitions sociales constituent également la pierre d'assise des travaux de Bandura sur l'apprentissage de l'agressivité (Bandura, Ross, & Ross, 1961; Bandura & Walters, 1959, 1963). En effet, Bandura constata que la simple observation passive (vicariante) d'un modèle était suffisante pour apprendre des comportements complexes (Bandura, 1977). Poursuivant ses réflexions sur l'apprentissage, Bandura (1982) présenta la notion d'auto-efficacité, qui reflète la croyance qu'entretient un individu sur sa capacité à réussir un comportement spécifique (Grégoire, Bouffard, & Cardinal, 2000). Ces croyances, sur soi (Bandura, 1982; Beck, 1967) et sur le monde (Beck, 1967; Fishbein, 1963), seraient autant d'évaluations

(favorables ou défavorables) cognitives en vue de forger une attitude globale, qui devrait théoriquement expliquer l'apparition des comportements. Toutefois, le pouvoir prédictif de l'attitude sur le comportement ne semble pas dépasser plus de 10 % (Deutscher, 1966; Wicker, 1969, cité dans Vallerand & Lafrenaye, 2006). Cette lacune explicative de l'attitude sur le comportement conduit à la création des modèles sur l'intention comportementale.

Les modèles mobilisant l'intention d'agir un comportement suivent une séquence causale de facteurs (Pearl, 2009). Ceux-ci débutent, à la base, avec quatre sources d'influence : la situation contextuelle, les variables exogènes (environnementales), les traits de personnalité de l'individu et les caractéristiques sociodémographiques de l'individu (Vallerand, 2006). La théorie de l'action raisonnée (TAR) de Fishbein et Ajzen (1975) présente les croyances comportementales ainsi que l'évaluation des conséquences en déterminant de l'attitude comportementale. Aussi, la TAR présente les croyances normatives et la motivation à se soumettre aux pressions sociales en déterminant des normes subjectives (i.e. croyance personnelle face aux comportements attendus par les autres). Ensemble, les attitudes comportementales et les normes subjectives généreraient une intention volitive, qui expliquerait l'apparition du comportement (Fishbein & Ajzen, 1975). Quelque année plus tard, Ajzen (1991) reprend la TAR et y ajoute deux facteurs : la perception de contrôle et le contrôle comportemental. Alors que la perception de contrôle rejoint les facteurs de croyances et d'évaluation des conséquences, le contrôle comportemental rejoint les attitudes

comportementales et les normes subjectives dans l'explication de l'intention (Vallerand, 2006). De plus, Ajzen (1991) mentionne que la perception de contrôle est un modulateur de contraintes des facteurs endogènes (i.e. les cognitions et le niveau d'activation physiologique), alors que le contrôle comportemental est un modulateur de contraintes des facteurs exogènes (i.e. la prestation effective du comportement). Cela expliquerait, selon lui, que le contrôle comportemental n'affecte pas seulement l'intention, mais également le comportement plus directement. La Figure 1, voir ci-dessous, présente l'ensemble des facteurs impliqués dans la TAR et la TCP.

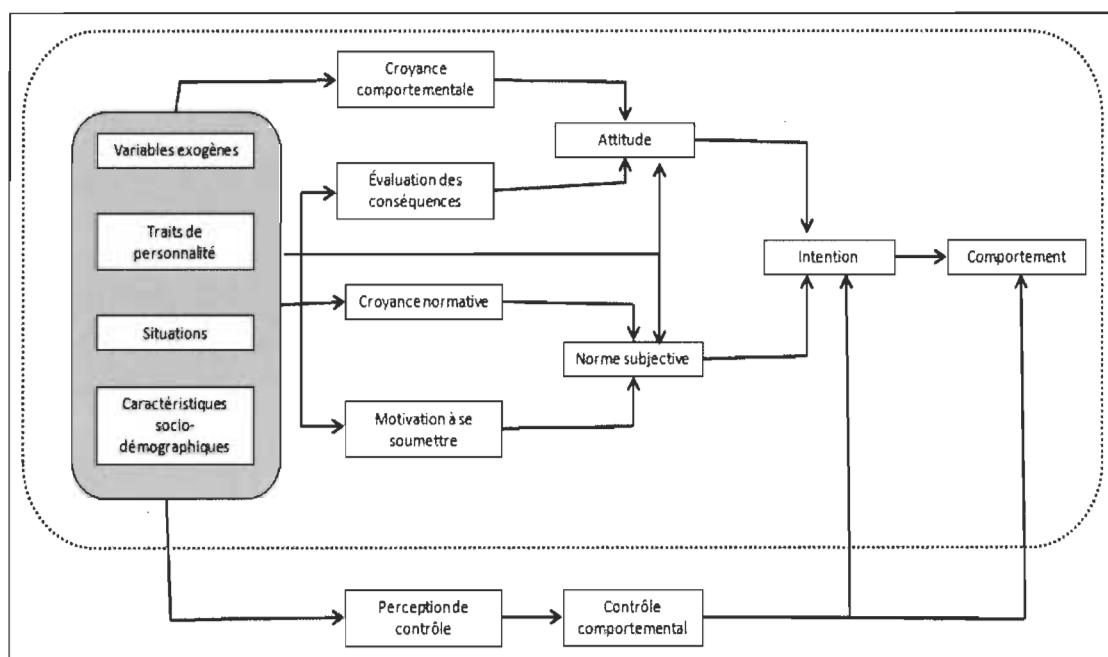


Figure 1. Modélisation de la TAR et de la TCP tiré de Vallerand (2006, p. 287).

Alors que les concepts de perception de contrôle et de contrôle comportementale semblaient confondre les lecteurs, Ajzen (2002) procéda à quelques modifications

conceptuelles de sa TCP. Ainsi, il remplaça la notion de perception de contrôle par celle d'auto-efficacité (une croyance de contrôle) de Bandura (1989), qui prit place aux côtés de l'attitude et des normes subjectives dans la formation de l'intention. Également, Ajzen remplaça la notion de contrôle comportemental par celle de contrôlabilité, qui connote davantage la capacité effective de procéder à un comportement. La figure 2, voir ci-dessous, présente les ajustements de la TCP d'Ajzen (2002).

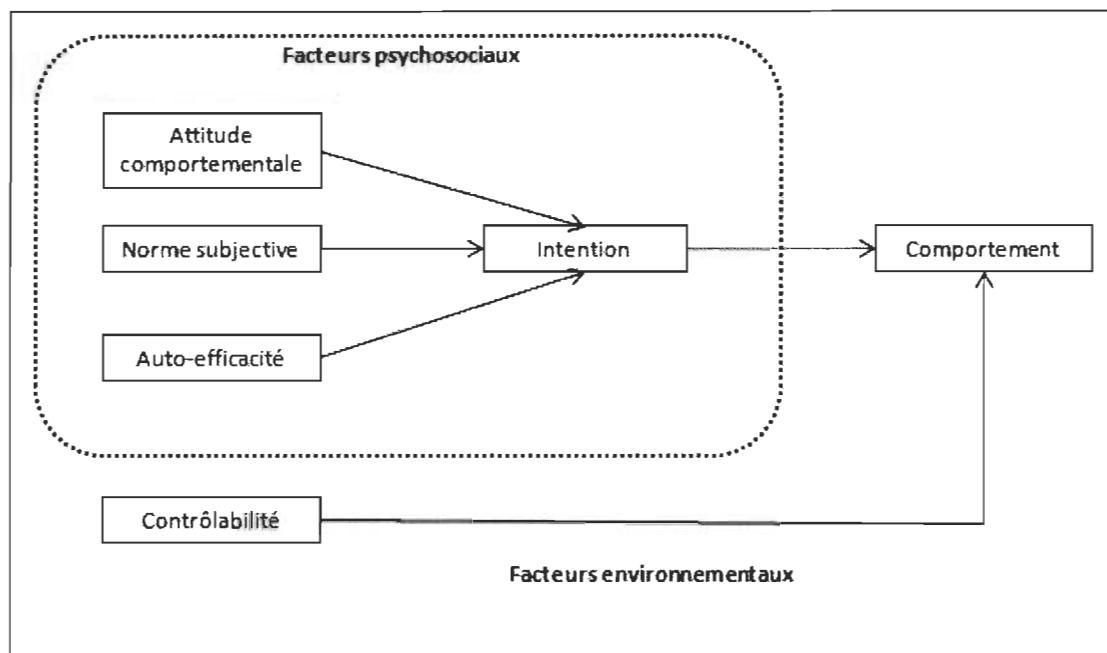


Figure 2. La TCP selon l'ajustement d'Ajzen (2002).

Explications du comportement entrepreneurial

À la fin des années 1980, la popularité du modèle d'intention comportementale de Fishbein et Ajzen (1975) est en plein essor et des chercheurs en entrepreneuriat commencent à suggérer que l'intention d'entreprendre serait l'un des principaux facteurs individuels qui expliquent l'apparition des comportements entrepreneuriaux et de la

création d'entreprises (Bird, 1988; Katz & Gartner, 1988). Dans cette foulée, le modèle de la TCP d'Ajzen (1991) gagne également en popularité, sans cesser de croître (Lortie & Castogiovanni, 2015). Ainsi, Krueger suggéra qu'Ajzen (1991) avait suffisamment démontré le lien fort avec l'intention du comportement, et qu'il valait donc mieux orienter la recherche entrepreneuriale vers une meilleure explication de l'intention d'entreprendre chez l'individu (Krueger, 1993). Pour ce faire, Krueger (1993) présenta un modèle de l'intention d'entreprendre (MIE) constitué de références partielles à la TCP (Ajzen, 1991), dont il exclut toutes mentions de comportement, combiné avec une interprétation erronée du modèle de l'événement entrepreneurial (MEE) (Shapero et Sokol, 1982).

Plus précisément, le MEE (Shapero & Sokol, 1982) propose une explication de l'apparition d'événements entrepreneuriaux, alors que Krueger (1993) en parle comme d'un modèle explicatif de l'intention d'entreprendre. En effet, le MEE suggère qu'un événement entrepreneurial résulte des faits sociaux valorisant l'entrepreneuriat (i.e. la possibilité d'obtenir un soutien financier, la promotion de l'entrepreneuriat, etc.), qui font ensuite l'objet d'une évaluation de leurs crédibilités par l'individu. Suivant les dispositions psychologiques de l'individu face au passage à l'action, telles que la propension à agir, la tolérance à l'incertitude et l'ouverture aux risques (Katz, 1992), l'individu mobiliserait alors un comportement, par nature inertielle selon Shapero et Sokol (1982). L'évaluation de la crédibilité d'un fait social impliquerait deux facteurs : la perception de désirabilité et la perception de faisabilité. D'une part, la perception de

désirabilité exprime la croyance de l'individu quant à la valeur du fait social relativement au coût d'initiation d'un comportement. D'autre part, la perception de faisabilité exprime de l'individu sa capacité à opérationnaliser adéquatement cet événement entrepreneurial.

La Figure 3, voir ci-dessous, présente le MEE de Shapero et Sokol.

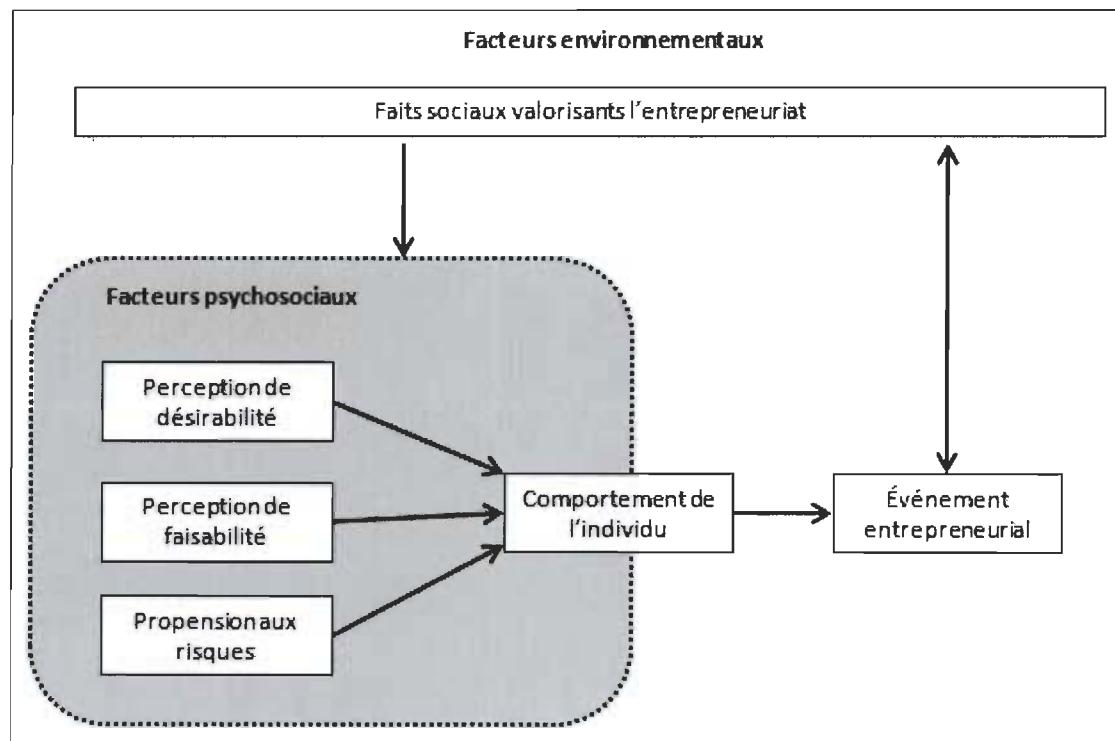


Figure 3. Le MEE de Shapero et Sokol (1982).

La métanalyse la plus avancée dans le domaine de l'intention d'entreprendre (Schlaegel & Koenig, 2014) porte avec elle divers éléments de confusion issus des intuitions théoriques de Krueger (1993). Par exemple, celle-ci conçoit l'erreur de nomenclature populaire du MIE sous le nom MEE, qui décrit en fait les conceptions de Shapero et Sokol (1982). Également, Bird (2015) souligne que le travail de Schlaegel et

Koenig (2014) reprend la fausse conception de Krueger selon laquelle le MEE (Shapero & Sokol, 1982) serait un cadre conceptuel explicatif de l'intention. Une confusion qui se retrouve également dans le travail de Fayolle et Liñán (2014). Pour finir, Schlaegel et Koenig (2014) considèrent l'évolution de la pensée d'Ajzen (2002), mais ils superposent les concepts de perception de contrôle et d'auto-efficacité entrepreneuriale, qu'ils présentent comme deux éléments distincts. Rappelons qu'Ajzen (2002) supplée la notion d'auto-efficacité à celle de perception de contrôle.

L'intention d'entreprendre s'avère donc être un champ d'étude dont les précurseurs reposent sur des intuitions conceptuelles plutôt que sur une connaissance approfondie des théories psychologiques validées (Bird, 2015). Rappelons que la notion d'intention abordée jusqu'à maintenant émerge du cadre de la TCP, elle-même construite sur les préceptes bélavioristes, dans l'explication d'un comportement simple et observable (Watson, 1913). En ce sens, Fayolle et Liñán (2014) reprennent les propos de Bird (1992) selon lesquels l'entrepreneuriat est une activité complexe d'organisation qui émerge de divers événements et processus après une période de gestation relative. Incidemment, la notion d'intention d'entreprendre nécessite une redéfinition respectant les paradigmes complexes de l'action entrepreneuriale.

En ce sens, Thompson (2009) se propose d'établir une définition, ainsi qu'une mesure, robuste de la notion d'intention entrepreneuriale. Celui-ci affirme que l'intention d'entreprendre d'un individu n'ayant jamais eu d'expérience en temps qu'entrepreneur

est, à la base, une notion qui diffère de celle à laquelle se réfère un entrepreneur aguerri. Aussi, la mesure d'intention entrepreneuriale créée par Thompson repose sur des référents comportementaux (préalables et nécessaires à l'action entrepreneuriale). Ces référents comportementaux (la recherche d'opportunités d'affaires, l'épargne financière pour démarrer une entreprise, la lecture sur l'entrepreneuriat, la composition d'un plan d'affaires et l'apprentissage des préparatifs de démarrage d'entreprise) sont toutefois à distinguer de ce en quoi consiste une intention, c'est-à-dire un processus cognitif intrapsychique (Fishbein & Ajzen, 1975).

Incidemment, la proposition de Thompson (2009) permet de critiquer l'utilisation de la TCP (Ajzen, 1991, 2002) en entrepreneuriat et réaffirme la nécessité de développer un modèle plus adéquat pour expliquer le passage à l'action entrepreneuriale. Plus précisément, l'explication d'une séquence d'actions (préalables) qui expliquent une autre action (terminale) se retrouve au cœur de la théorie de l'activité (Vygotsky, 1978). L'une des bases de cette théorie est de proposer une structure de déploiement, du plus simple comportement au plus complexe, dans la médiation de l'individu vers l'atteinte de son objectif. Ainsi, trois niveaux comportementaux sont définis : l'opération (i.e. l'unité comportementale simple), l'action (i.e. groupe de comportements intentionnés) et l'activité (i.e. un événement complexe aux déterminants multiples). Accolée aux réflexions de Thompson, l'intention entrepreneuriale (un phénomène cognitif) serait donc à distinguer des actions entrepreneuriales préalables (un phénomène comportemental) au passage à l'action entrepreneuriale. Par ailleurs, l'idée d'opérations

spécialisées en sciences de la gestion n'est pas nouvelle. En effet, les travaux managériaux de Taylor soulignent déjà en 1911, l'importance d'identifier les opérations simples d'une activité complexe (Taylor, 2004). Bien que Holt (2008) ait appliqué une analyse descriptive de la théorie de l'activité socialement déterminée d'Engeström (2001) sur l'action entrepreneuriale de saisie d'une opportunité d'affaires, une analyse plus exhaustive reste à établir en ce sens au sein de la documentation scientifique.

Plus avant sur la notion d'activité entrepreneuriale, Bird (2015) suggère que ce facteur soit davantage pris comme variable dépendante et que l'intention d'entreprendre tienne plutôt lieu de variable indépendante. Une telle démarche est d'ailleurs soutenue par plusieurs auteurs (Fayolle & Liñán, 2014; Kautonen, Gelderen et al., 2015; Kautonen, Hatak, Kibler, & Wainwright, 2015; Lortie & Castogiovanni, 2015; Van Gelderen, Kautonen, & Fink, 2015), lesquels mettent en exergue le manque criant de travaux expliquant le passage à l'action suite à l'intention d'entreprendre.

Précursor dans ce champ d'étude, Kolvereid et Isaksen (2006) ont testé l'entièreté du modèle d'Ajzen (1991) appliqué en entrepreneuriat. L'étude valide la modélisation des facteurs de la TAR (Fishbein & Ajzen, 1975) mais elle ne valide pas le facteur de perception de contrôle, apporté par la modélisation d'Ajzen (1991). Bien que cette étude affirme expliquer 39,7 % de la variance du comportement entrepreneurial, elle n'est pas sans défauts méthodologiques. En effet, l'étude longitudinale repose sur un bassin de participants inscrits sur un registre des gens ayant déjà créés une entreprise.

Conséquemment, leur explication du comportement d'entrer en auto-emploi semble fondamentalement biaisé à la hausse. En effet, Kolvereid et Isaksen ne discriminent pas, à la phase 1 de leur étude longitudinale, les participants qui disposent ou non d'expérience en entrepreneuriat. Également, en s'y attardant de plus près, on remarque que l'échantillon des participants de cette étude provient de membres inscrits au registre des entreprises en Norvège. Dans leur étude, l'intention est mesurée comme étant l'intention de travailler à temps plein dans l'entreprise qui vient d'être enregistrée par le répondant. Malgré le fait que l'enregistrement d'une entreprise est une étape importante, voire déterminante, de la création d'une entreprise (Reynolds, 2010; Robb & Reynolds, 2009) cela reflète la composition d'un échantillon déjà bien engagé dans l'action entrepreneuriale. Qui plus est, leur mesure d'action concerne le fait de travailler à temps plein dans l'entreprise un an après l'évaluation initiale auprès des répondants. Cela s'apparente davantage à une mesure de niveau d'engagement dans le projet (i.e. être à temps plein pourrait correspondre à un engagement plus grand dans le projet que d'y être à temps partiel), et non pas de comportement entrepreneurial puisque l'enregistrement d'une entreprise constitue un comportement évident orienté vers l'action entrepreneuriale qui était nécessaire pour participer à la recherche.

Dans une revue de la documentation scientifique combinant la TCP appliquée en entrepreneuriat, Lortie et Castogiovanni (2015) identifient 42 publications, dont celle de Kolvereid et Isaksen (2006) qui s'avère être la seule à mobiliser l'entièreté du modèle d'Ajzen (1991) appliqué en entrepreneuriat. Les 41 autres articles récupérés par Lortie et

Castogiovanni comprenaient une utilisation partielle de celui-ci ou encore des altérations conceptuelles, notamment en faisant abstraction de la mise en action entrepreneuriale, tel qu'instiguée par les travaux de Krueger (1993). L'intérêt du travail de Lortie et Castogiovanni semble principalement de développer une meilleure compréhension théorique des facteurs psychosociaux pouvant expliquer l'apparition de l'action entrepreneuriale. La même année, Kautonen, Gelderen et al. (2015) présentent des résultats qui valident l'entièreté de la modélisation de la TCP d'Ajzen (1991) face à l'explication du comportement de démarrage d'entreprise, avec 30 % d'explication de la variance. Leur étude longitudinale tient compte, à la phase 2, des participants ne disposant qu'aucune expérience comportementale passée en action entrepreneuriale au cours de la phase 1. En ce sens, Kautonen, Gelderen et al. offrent une avenue méthodologique plus robuste que celle de Kolvereid et Isaksen.

La prochaine section s'appuie sur les précisions conceptuelles abordées jusqu'à maintenant et tente de les bonifier par l'entremise d'une nouvelle modélisation.

Objectifs et hypothèses

Suivant notre objectif d'explication des facteurs psychosociaux (variables indépendantes) qui conduisent au passage à l'action entrepreneuriale (variable dépendante), nous ne testerons pas l'entièreté de la modélisation d'Ajzen (2002). Plus en détail, notre modélisation reprend tous les facteurs de la TCP d'Ajzen (2002) et cherche à mesurer l'impact de chacun des facteurs sur le comportement cible (i.e. l'initiation

d'une première activité entrepreneuriale en deux ans). Ainsi, nous ne chercherons pas à valider l'apport des trois facteurs antécédents de l'intention (l'attitude comportementale, les normes subjectives et l'auto-efficacité) sur l'intention. Autre précision, nous aborderons la notion d'intention d'entreprendre suivant les réflexions émises face aux travaux de Thompson (2009) et de la théorie de l'activité (Vygotsky, 1978). Plus précisément, l'intention d'entreprendre sera examinée de deux manières distinctes; d'une part, via l'intention cognitive d'entreprendre (basé sur l'aspect voltif) et, d'autre part, via l'intention comportementale d'entreprendre (basé sur les actions préalables à la création d'entreprise). Également, nous étudierons l'effet d'interaction des deux mesures d'intention d'entreprendre avec les trois facteurs antécédents de l'intention dans l'explication du passage à l'action entrepreneuriale. La Figure 4, voir ci-dessous, présente notre modèle bi-intentionné du passage à l'action entrepreneuriale tout en spécifiant chacun des facteurs en contexte entrepreneurial.

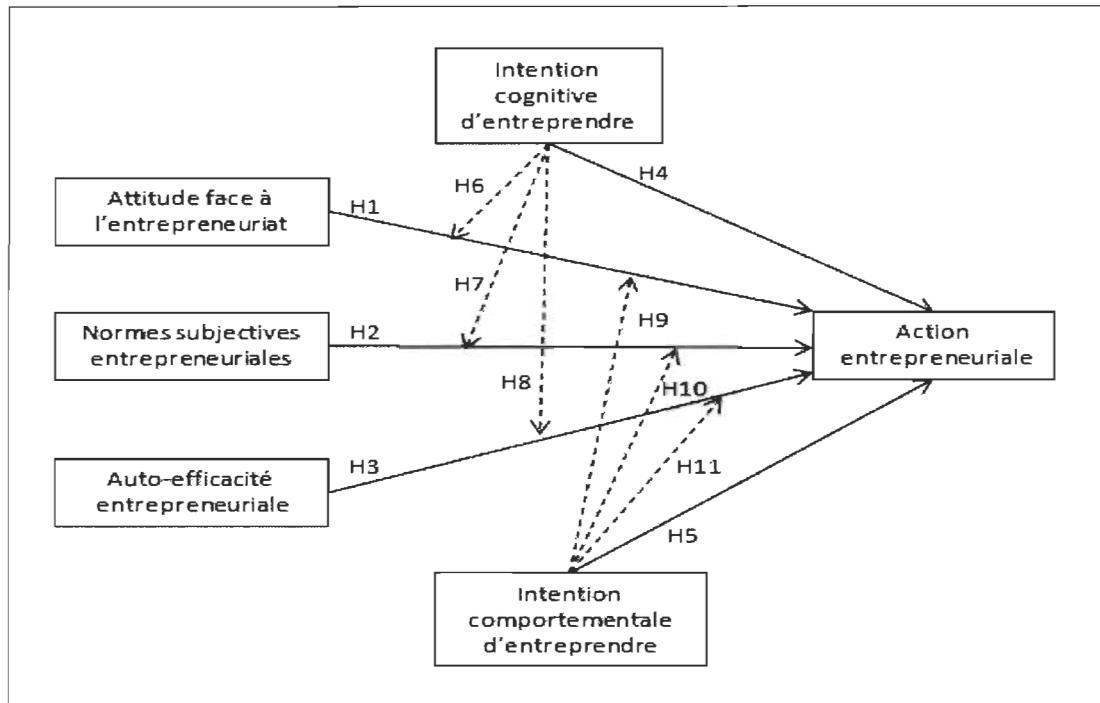


Figure 4. Modèle bi-intentionné du passage à l'action entrepreneuriale.

Les trois premières hypothèses (H1, H2 et H3) que nous formulons touchent chacun des trois facteurs explicatifs de l'intention dans la théorie d'Ajzen (2002). Toutefois, notre objectif de recherche nous conduit à examiner la valeur explicative de ces trois facteurs sur le passage à l'action entrepreneuriale.

H1 : Les attitudes face à l'entrepreneuriat permettent de prédire le passage à l'action entrepreneuriale.

H2 : Les normes subjectives permettent de prédire le passage à l'action entrepreneuriale.

H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale permet de prédire le passage à l'action entrepreneuriale.

Également, nous examinerons la valeur explicative des deux mesures d'intention d'entreprendre sur le passage à l'action entrepreneuriale.

H4 : L'intention cognitive d'entreprendre permet de prédire le passage à l'action entrepreneuriale.

H5 : L'intention comportementale d'entreprendre permet de prédire le passage à l'action entrepreneuriale.

Nous formulons également des hypothèses quant à l'effet d'interaction des deux mesures de l'intention d'entreprendre avec les trois facteurs précurseurs de l'intention dans l'explication du passage à l'action entrepreneuriale.

H6 : L'intention cognitive d'entreprendre va modérer positivement la relation entre l'attitude face à l'entrepreneuriat et le passage à l'action, dans le sens où une faible intention cognitive d'entreprendre réduira l'effet entre les variables, alors qu'une forte intention cognitive d'entreprendre l'augmentera.

H7 : L'intention cognitive d'entreprendre va modérer positivement la relation entre les normes subjectives entrepreneuriales et le passage à l'action, dans le sens où une faible intention cognitive d'entreprendre réduira l'effet entre les variables, alors qu'une forte intention cognitive d'entreprendre l'augmentera.

- H8 : L'intention cognitive d'entreprendre va modérer positivement la relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et le passage à l'action, dans le sens où une faible intention cognitive d'entreprendre réduira l'effet entre les variables, alors qu'une forte intention cognitive d'entreprendre l'augmentera.
- H9 : L'intention comportementale d'entreprendre va modérer positivement la relation entre l'attitude face à l'entrepreneuriat et le passage à l'action, dans le sens où une faible intention comportementale d'entreprendre réduira l'effet entre les variables, alors qu'une forte intention comportementale d'entreprendre l'augmentera.
- H10 : L'intention comportementale d'entreprendre va modérer positivement la relation entre les normes subjectives entrepreneuriales et le passage à l'action, dans le sens où une faible intention comportementale d'entreprendre réduira l'effet entre les variables, alors qu'une forte intention comportementale d'entreprendre l'augmentera.
- H11 : L'intention comportementale d'entreprendre va modérer positivement la relation entre l'auto-efficacité entrepreneuriale et le passage à l'action, dans le sens où une faible intention comportementale d'entreprendre réduira l'effet entre les variables, alors qu'une forte intention comportementale d'entreprendre l'augmentera.

Méthode

La présente section méthodologique aborde la composition de notre échantillon ainsi que le choix des mesures que nous avons effectuées.

Échantillon

La méthodologie utilisée pour la présente recherche emprunte une avenue déductive, qui repose sur l'engagement de l'enquête longitudinale sur la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires issue de la *Chaire de recherche UQTR sur la carrière entrepreneuriale*. Les participants ciblés lors de l'étude sont les étudiants affiliés à 10 universités québécoises différentes : UQTR, UQO, UQAT, UQAR, Université de Sherbrooke, Université Laval, TÉLUQ, HEC, ETS et Polytechnique.

Les données de recherche utilisées proviennent de participants qui ont été sollicités, par courriel ou via des intranets d'étudiants, des babillards électroniques ou des journaux institutionnels, pour répondre à un questionnaire Internet (via le site www.surveymonkey.com). Cette sollicitation a été effectuée en 2010 (phase 1), puis six mois plus tard (phase 2), ensuite en 2011 (phase 3) et enfin en 2012 (phase 4). À la phase 1, notre échantillon de convenance non probabiliste contenait 1145 répondants provenant des universités québécoises participantes. Deux ans plus tard, il restait 464 répondants, pour un taux de rétention de 40,5 %.

Mesures

Les mesures utilisées dans notre recherche proviennent d'outils préalablement validés dans la documentation scientifique, en plus de présenter un bon indice de fidélité pour le type de mesures utilisées. Seule la mesure de l'intérêt entrepreneurial a été élaborée par nos soins.

L'attitude face à l'entrepreneuriat

La mesure d'attitude face à l'entrepreneuriat a été élaborée par les chercheurs de la chaire de recherche sur la carrière entrepreneuriale et s'appuie sur le précepte qu'un intérêt envers l'entrepreneuriat témoigne de l'attitude envers cette carrière. Notre mesure s'inspire de la démarche initiée par McGee, Peterson, Mueller et Sequeira (2009) lors de la création d'une mesure pour l'auto-efficacité entrepreneuriale (voir plus bas dans le texte). Plus précisément, les répondants étant invités à préciser leur niveau d'intérêt envers cinq tâches typiquement associées à l'entrepreneuriat, via la question suivante : Dans quelle mesure possédez-vous des intérêts à l'égard des activités suivantes :

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

Les répondants étaient invités à exprimer leur degré d'adhésion avec chacun des cinq énoncés sur une échelle de Likert, en 5 points; de *Pas du tout* (1) à *Énormément* (5). L'alpha de Cronbach est de 0,815 et l'analyse factorielle exploratoire révèle une seule dimension regroupant tous les items.

Les normes subjectives entrepreneuriales

Le score des normes subjectives face au passage à l'action entrepreneuriale est basé sur l'impression du participant quant à l'opinion de ses proches (parents, époux/partenaire de vie, fratrie, famille, amis proches, gens en général) face au choix de carrière entrepreneuriale. Cette mesure provient du travail de Kolvereid et Isaksen (2006).

Dans un premier temps, les répondants étaient invités à exprimer leur degré d'adhésion à chacun des énoncés, sur une échelle de Likert en 7 points; de *Extremement négative* (1) à *Extremement positive* (7). La réponse 8, considérée comme une donnée manquante, permet d'exprimer le fait que l'item ne s'applique pas ou que le participant ne sait pas. Dans un second temps, les répondants étaient invités à exprimer l'importance qu'ils accordent à l'opinion de ces personnes proches, sur une échelle de Likert en 7 points; de *Pas du tout important* (1) à *Extremement important* (7). La réponse 8, considérée comme une donnée manquante, permet d'exprimer le fait que l'item ne s'applique pas ou que le participant ne sait pas. L'importance accordée aux opinions des proches a été recodée de -3 à +3, et ensuite multiplié aux scores de l'opinion liée à la

carrière entrepreneuriale, pour une mesure variant de -21 à +21 pour chacune des catégories de personnes de l'entourage. Le score moyen a été calculé pour ces six items transformés. L'alpha de Cronbach est de 0,804 et l'analyse factorielle exploratoire indique une seule dimension regroupant tous les items.

L'auto-efficacité entrepreneuriale

Le score d'auto-efficacité entrepreneuriale repose sur la croyance de maîtrise des cinq compétences associées à l'entrepreneuriat par McGee et al. (2009) : reconnaissance d'opportunité, planification, définition de la finalité de l'entreprise, compétences humaines et conceptuelles, ainsi que la compétence financière. Ces cinq facteurs sont mesurés par 20 items que voici :

Items pour la reconnaissance d'opportunité

1. Trouver une nouvelle idée de produit ou de service par vous-même;
2. Faire un remue-méninge avec d'autres pour trouver une nouvelle idée de produit ou service;
3. Identifier le besoin pour un nouveau produit ou service;
4. Concevoir un produit ou service qui satisfera les besoins et désirs des clients.

Items pour la planification

1. Estimer la demande des clients pour un nouveau produit ou service;
2. Déterminer un prix compétitif pour un nouveau produit ou service;

3. Estimer le montant de fonds de démarrage et de fonds de roulement nécessaire pour démarrer une nouvelle entreprise;
4. Concevoir une campagne de marketing/publicité efficace pour un nouveau produit ou service.

Items pour la définition de la finalité de l'entreprise

1. Amener les autres à s'identifier et à croire en ma vision et en mes plans pour une nouvelle entreprise;
2. Réseauter (c.-à-d. acquérir des contacts et échanger de l'information avec d'autres);
3. Expliquer clairement et de manière concise, verbalement/à l'écrit, mes idées de nouvelle entreprise dans des termes de tous les jours.

Items pour la compétence humaine et conceptuelle

1. Superviser des employés;
2. Recruter et embaucher des employés;
3. Déléguer des tâches et des responsabilités aux employés dans mon entreprise;
4. Gérer de manière efficace les problèmes et les crises de tous les jours;
5. Inspirer, encourager et motiver mes employés;
6. Former mes employés.

Items pour la compétence financière

1. Organiser et maintenir les livres comptables de mon entreprise;
2. Gérer les actifs financiers de mon entreprise;
3. Lire et interpréter les états financiers.

Les répondants étaient invités à exprimer leur niveau de confiance (croyance d'efficacité) envers leur compétence pour chaque item sur une échelle graduée en décades de pourcentages. La réponse zéro ne procure aucun point, une réponse entre 0 et 10 % donne 1 point, une réponse entre 10 et 20 % donne 2 points, etc., jusqu'à une réponse entre 90 et 100 % qui donne 10 points. L'ensemble des items ont été mis ensembles pour chacune des dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale, avant d'être combinés dans une mesure globale de l'auto-efficacité entrepreneuriale. L'alpha de Cronbach est de 0,798 et l'analyse factorielle exploratoire indique une seule dimension.

L'intention cognitive d'entreprendre

Le score d'intention cognitive d'entreprendre a été élaboré par les chercheurs de la chaire de recherche sur la carrière entrepreneuriale afin de refléter l'intention comme un concept purement voltif et ainsi le distinguer de l'intention comportementale d'entreprendre (voir plus bas dans le texte). Les répondants étaient invités à répondre à la question suivante : « *Avez-vous l'intention de démarrer (ou créer?) une nouvelle entreprise* » ? sur une échelle de Likert, en 5 points; de *Pas du tout* (1) à *Énormément*

(5). Tout les participants ayant répondu autre chose que « *Pas du tout* », c'est-à-dire *Un peu* (2), *Modérément* (3), *Beaucoup* (4) et *Énormément* (5), étaient ensuite questionnés sur le délai prévu de création d'entreprise. Selon une logique binaire, ceux ayant répondu qu'ils avaient l'intention de créer une entreprise d'ici 24 mois ou moins formaient alors le groupe A, alors que le groupe B fut composé des répondants n'ayant pas du tout l'intention d'entreprendre adjointe de ceux présentant une intention d'entreprendre dans un délai supérieur à 24 mois.

L'intention comportementale d'entreprendre

Le score d'intention comportementale d'entreprendre provient des travaux de Thompson (2009) sur l'intention d'entreprendre. Les répondants étaient invités à exprimer leur degré d'adhésion avec chacun des sept énoncés sur une échelle de Likert, en 7 points; de *Très en désaccord* (1) à *Très en accord* (7). Il est à noter que la création du score d'intention de créer une entreprise implique un codage négatif des questions 1, 3 et 4 puisque les libellés sont formulés négativement.

Items sur l'intention de démarrer une entreprise de Thompson (2009)

1. Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise (négatif);
2. J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise;
3. Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise (négatif);
4. Je n'ai pas de plan pour démarrer ma propre entreprise (négatif);

5. Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise.

L'alpha de Cronbach est de 0,842 et l'analyse factorielle exploratoire indique la présence d'un seul facteur regroupant tous les items. Le score moyen des items est donc utilisé subséquemment.

L'action entrepreneuriale

Notre mesure de l'action entrepreneuriale s'effectue sur une période de deux ans et est en mode binaire : présence d'activité entrepreneuriale (1) ou absence d'activité entrepreneuriale (0). Dans un premier temps, à la phase de collecte initiale (phase 1), nous avons retenu les personnes qui actuellement, et simultanément :

1. N'avaient jamais été propriétaire d'une entreprise, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres;
2. Ne possédaient pas, seul ou en équipe, une entreprise actuellement en opération, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres;
3. N'étaient pas, seul ou en équipe, en processus de démarrage d'entreprise, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres.

Nous avons utilisé les données de la phase 2 (six mois), de la phase 3 (un an) et de la phase 4 (deux ans) où, à chacune de ces phases, nous avons vérifié si la personne :

1. Avait démarré ou amorcé le démarrage d'une entreprise depuis la dernière période sollicitée;
2. Possédait, seul ou en équipe, une entreprise actuellement en opération, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres;
3. Était, seul ou en équipe, en processus de démarrage d'entreprise, incluant le travail autonome ou la vente de produits/services à d'autres.

Si le répondant figurait dans l'un de ces cas de figure à l'une des phases subséquentes à la phase 1, soit sur une période de deux ans suivant la collecte initiale, il était considéré comme ayant passé à l'action et obtenait le score de 1 (plutôt que 0).

Au total, l'échantillon retenu est de 385 répondants, dont 78 qui sont passés à l'action pendant la période de deux ans (20,3 %).

Les mesures de contrôle

Certaines variables sont réputées être en relation avec la mise en action entrepreneuriale et, en conséquence, leur effet a été contrôlé : le sexe (Shinnar, Giacomin, & Janssen, 2012), l'âge (Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano, & Muffatto, 2015), le fait de provenir d'une famille en affaires (Zellweger, Sieger, & Halter, 2011), le fait d'avoir suivi un cours à l'université en entrepreneuriat pendant la période couverte (deux ans) (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014) et le cycle universitaire.

Résultats

Les analyses qui suivent prennent pour variable dépendante le passage à l'action entrepreneuriale à l'intérieur d'un suivi de deux ans. Les régressions logistiques binaires qui ont été effectuées sur cette variable dépendante ont mobilisé comme variables indépendantes des variables de contrôle suivi des variables suivantes : l'attitude face à l'entrepreneuriat, les normes subjectives entrepreneuriales, l'auto-efficacité entrepreneuriale, l'intention cognitive d'entreprendre et l'intention comportementale d'entreprendre. Également, nous avons examiné l'effet d'interaction entre l'intention d'entreprendre et ses trois variables précurseurs (l'attitude face à l'entrepreneuriat, les normes subjectives entrepreneuriales et l'auto-efficacité entrepreneuriale) pour chacune des deux mesures d'intention. Ainsi, les analyses de modèles sont effectuées de deux manières. D'abord avec la variable d'intention cognitive d'entreprendre. Ensuite avec la variable d'intention comportementale d'entreprendre.

Le Tableau 1 ci-après présente les statistiques descriptives des diverses variables utilisées.

Tableau 1
Statistiques descriptives

Variable	<i>M</i>	<i>ÉT</i>
Genre	0,60 (<i>n</i> = 828)	0,491
Âge	24,52 (<i>n</i> = 650)	5,166
Parents propriétaires d'entreprise	0,42 (<i>n</i> = 688)	0,495
Cours universitaires en entrepreneuriat	0,074 (<i>n</i> = 828)	0,261
Niveau d'étude actuelle	1,41 (<i>n</i> = 658)	0,621
Attitude entrepreneuriale	2,954 (<i>n</i> = 699)	0,95
Normes subjectives entrepreneuriales	7,03 (<i>n</i> = 672)	5,033
Auto-efficacité entrepreneuriale	6,103 (<i>n</i> = 704)	1,688
Intention cognitive d'entreprendre	0,623 (<i>n</i> = 559)	0,485
Intention comportementale d'entreprendre	3,296 (<i>n</i> = 797)	1,475

Le Tableau 2 suivant présente la matrice des corrélations entre les diverses variables indépendantes utilisées.

Tableau 2
Corrélations entre les variables indépendantes

Variable	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Genre	0,17	-0,008	-0,078*	-0,001	-0,186**	0,008	-0,182**	-0,184	-0,246**
2. Âge		0,035	-0,001	0,300**	0,091*	0,033	0,800*	-0,007	0,103**
3. Parents propriétaires d'entreprise			0,011	-0,096*	0,141**	0,247**	0,136**	0,510	0,146**
4. Cours universitaires en entrepreneuriat				0,001	0,169**	0,025	0,175**	0,163**	0,218**
5. Niveau d'étude actuelle					-0,067	-0,022	-0,061	-0,078	-0,023
6. Attitude entrepreneuriale						0,336**	0,668**	0,486**	0,591**
7. Normes subjectives entrepreneuriales							0,287**	0,264**	0,225**
8. Auto-efficacité entrepreneuriale								0,405**	0,503**
9. Intention cognitive d'entreprendre									0,439**
10. Intention comportementale d'entreprendre									

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$

Analyses ayant recours à l'intention cognitive d'entreprendre

L'analyse de la classification, en fonction de l'intention cognitive d'entreprendre, des cas révèle 235 cas qui ne sont pas passés à l'action entrepreneuriale après deux ans, conformément aux prédictions. Toutefois, un cas n'est pas passé à l'action entrepreneuriale après deux ans alors que le modèle prévoyait qu'il le ferait. Aussi, l'analyse révèle 54 cas qui sont passés à l'action entrepreneuriale après deux ans, alors que le modèle prévoyait qu'ils ne le feraient pas. Lorsqu'on applique les variables de contrôle, 81 % des cas sont classés correctement par le modèle.

L'analyse de régression logistique binaire, voir le Tableau 3 ci-dessous, présente les coefficients β (Beta) non standardisés ainsi que les coefficients d'élasticité Exp (β). Le modèle 1 révèle que les variables de contrôle n'indiquent aucune variable significative pour expliquer le passage à l'action (R^2 Nagelkerke = 0,029). Le modèle 2 ajoute les trois facteurs de TCP précurseurs de l'intention et contrairement aux attentes, aucune variable ne permet d'expliquer le passage à l'action (R^2 Nagelkerke = 0,073). Les hypothèses H1, H2 et H3 doivent donc être rejetées. Le modèle 3, qui prend en considérant l'intention cognitive d'entreprendre ne présente pas une valeur prédictive significative (R^2 Nagelkerke = 0,073). L'hypothèse H4 doit donc être rejetée. Également, le modèle 4 ajoute les interactions entre les trois facteurs énoncés comme composante de l'intention dans la TCP avec l'intention cognitive d'entreprendre. Après analyse, la taille de l'effet du modèle entre l'intention cognitive d'entreprendre et les normes subjectives entrepreneuriales s'avère plutôt faible (R^2 Nagelkerke = 0,096) et présente un effet

négatif ($\beta = -0,156$) d'interaction significatif (0,046). Les hypothèses H6 et H8 doivent donc être rejetées, alors que l'hypothèse H7 s'avère inversement significative.

Tableau 3

*Régression logistique binaire du passage à l'action entrepreneuriale
sous le prisme de l'intention cognitive d'entreprendre*

Variable	Modèle 1		Modèle 2		Modèle 3		Modèle 4	
	Std β	Exp(B)						
Genre	0,373	1,452	0,225	1,252	0,223	1,250	0,253	1,288
Âge	0,031	1,031	0,029	1,029	0,029	1,029	0,028	1,029
Parents propriétaires d'entreprise	-0,023	0,977	0,207	1,230	0,206	1,228	0,164	1,178
Cours universitaires en entrepreneuriat	-0,512	0,599	-0,400	0,067	-0,388	0,678	-0,388	0,678
Étudiants universitaires								
Étudiants aux 2 ^e cycle universitaire	-0,396	0,673	-0,539	0,583	-0,547	0,579	-0,525	0,592
Étudiants aux 3 ^e cycle universitaire	-0,111	0,895	-0,219	0,803	-0,222	0,801	-0,273	0,761
Attitude entrepreneuriale			0,364	1,439	0,345	1,412	0,314	0,915
Normes subjectives entrepreneuriales		0,500	1,051		0,050	1,051	0,155*	1,369

Tableau 3

*Régression logistique binaire du passage à l'action entrepreneuriale
sous le prisme de l'intention cognitive d'entreprendre (suite)*

Variable	Modèle 1		Modèle 2		Modèle 3		Modèle 4	
	Std β	Exp(B)						
Auto-efficacité entrepreneuriale			-0,006	0,994	-0,008	0,992	-0,088	1,168
Intention cognitive d'entreprendre					0,110	0,770	0,656	0,915
Interaction de l'intention cognitive d'entreprendre sur l'attitude entrepreneuriale							0,072	1,075
Interaction de l'intention cognitive d'entreprendre sur les normes subjectives							0,156*	0,856
Interaction de l'intention cognitive d'entreprendre sur l'auto-efficacité							0,076	1,078
R-deux de Nagelkerke	0,029		0,073		0,073		0,096	
Δ sig	0,518		0,146		0,199		0,167	
N	290		290		290		290	

* $p \leq 0,05$

Analyses ayant recours à l'intention comportementale d'entreprendre

L'analyse de la classification, en fonction de l'intention comportementale d'entreprendre, des cas révèle 304 cas qui ne sont pas passés à l'action entrepreneuriale après deux ans, conformément aux prédictions. Toutefois, trois cas ne sont pas passés à l'action entrepreneuriale après deux ans alors que le modèle prévoyait qu'ils le feraient. Aussi, l'analyse révèle 75 cas qui sont passés à l'action entrepreneuriale après deux ans malgré le fait que le modèle disait qu'ils ne le feraient pas. Également, trois cas sont passés à l'action entrepreneuriale après deux ans, tel que prédit par le modèle. Lorsqu'on applique les variables de contrôle, 79,7 % des cas sont classés correctement par le modèle.

L'analyse de régression logistique binaire, voir le Tableau 4 ci-dessous, présente les coefficients β (Beta) non standardisés et les coefficients d'élasticité $\text{Exp}(\beta)$. Le modèle 1 révèle que les variables de contrôle n'indiquent aucune variable significative pour expliquer le passage à l'action (R^2 Nagelkerke = 0,031). Le modèle 2 ajoute les trois facteurs de TCP précurseurs de l'intention et contrairement aux attentes, aucune variable ne permet d'expliquer le passage à l'action (R^2 Nagelkerke = 0,047). Les hypothèses H1, H2 et H3 doivent donc être rejetées. Le modèle 3 prend en considérant l'intention comportementale d'entreprendre et cette fois-ci, le modèle devient significatif à 0,001 (R^2 Nagelkerke = 0,116). Cela confirme l'hypothèse H5. Également, le modèle 4 ajoute les interactions entre les trois facteurs énoncés comme composante de l'intention dans la

TCP et l'intention comportementale d'entreprendre, mais aucune ne s'avère significative (R^2 Nagelkerke = 0,127). Les hypothèses H9, H10 et H11 doivent donc être rejetées.

Tableau 4

*Régression logistique binaire du passage à l'action entrepreneuriale
sous le prisme de l'intention comportementale d'entreprendre*

Variable	Modèle 1		Modèle 2		Modèle 3		Modèle 4	
	Std β	Exp(B)						
Genre	0,118	1,126	0,096	1,101	-0,111	1,073	-0,108	0,898
Âge	0,027	1,027	0,028	1,028	0,028	1,022	0,029	1,029
Parents propriétaires d'entreprise	0,096	1,101	0,176	1,192	0,308	1,183	0,376	1,457
Cours universitaires en entrepreneuriat	-0,347	0,707	-0,337	0,714	-0,048	0,670	-0,120	0,887
Étudiants universitaires								
Étudiants aux 2 ^e cycle universitaire	-0,419	0,658	-0,433	0,649	-0,373	0,689	-0,192	0,825
Étudiants aux 3 ^e cycle universitaire	-0,220	0,803	-0,213	0,808	-0,219	0,803	-0,014	0,986
Attitude entrepreneuriale			0,131	1,140	-0,193	1,169	-0,038	0,962
Normes subjectives entrepreneuriales			0,023	1,024	0,015	1,019	-0,028	0,972

Tableau 4

*Régression logistique binaire du passage à l'action entrepreneuriale
sous le prisme de l'intention comportementale d'entreprendre (suite)*

Variable	Modèle 1		Modèle 2		Modèle 3		Modèle 4	
	Std β	Exp(B)						
Auto-efficacité entrepreneuriale		-0,001	0,999		-0,094	0,989	0,455	1,577
Intention comportementale d'entreprendre					0,632*	1,906	1,549*	4,707
Interaction de l'intention comportementale d'entreprendre sur l'attitude entrepreneuriale							-0,038	0,962
Interaction de l'intention comportementale d'entreprendre sur les normes subjectives							0,012*	1,012
Interaction de l'intention comportementale d'entreprendre sur l'auto-efficacité							-0,131	0,877
R-deux de Nagelkerke	0,017		0,023		0,160		0,171	
Δ sig	0,875		0,951		0,011		0,024	
N	290		290		290		290	

* $p \leq 0,05$

Discussion

La section précédente a présenté les résultats quant à la valeur explicative des facteurs inspirés de la TCP d'Ajzen (2002) ainsi que de la double considération de l'intention cognitive et comportementale d'entreprendre dans la prédiction d'un premier passage à l'action entrepreneuriale, en deux ans de suivi, auprès de la population universitaire québécoise.

Parmi les 11 hypothèses avancées, seulement deux s'avèrent significatives dans l'explication du passage à l'action : (1) l'intention comportementale d'entreprendre, ainsi que, (2) l'interaction négative entre les normes subjectives et l'intention cognitive d'entreprendre. Constater que l'intention cognitive d'entreprendre ne permet pas d'expliquer le passage à l'action, alors que c'est le cas pour l'intention comportementale d'entreprendre, représente l'une des contributions majeures de la présente étude. L'action entrepreneuriale s'avère donc être davantage prédisposée par des gestes concrets reliés à l'entrepreneuriat (11,6 % de la variance) que par un indice voltif pur qui, pour sa part, gagne en valeur prédictive (4,6 % de la variance) lorsque l'individu dispose d'un faible niveau de croyance envers les prescriptions socialement attendu d'entreprendre. Incidemment, il convient de se questionner sur l'impact de l'engagement de l'individu envers l'entreprenariat. Il en va de même pour l'impact de l'engagement des membres de la famille sur le futur entrepreneur (Fonrouge, 2006).

Le rejet des hypothèses quant à la valeur explicative de l'attitude, des normes subjectives et de l'auto-efficacité sur le passage à l'action semble s'accorder avec la modélisation d'Ajzen (2002), qui présente ces facteurs en déterminant de l'intention et non de l'action. Autre possibilité, le rejet de ces hypothèses permet de questionner la pertinence des facteurs et de la modélisation de la TCP face à l'explication d'une action aussi complexe que celle de l'initiation d'une première démarche de création ou de possession d'entreprise.

Il est intéressant de constater que les résultats d'analyse des effets d'interaction ne valident que celle entre l'intention cognitive d'entreprendre et les normes subjectives entrepreneuriales. En effet, le rejet de l'interaction entre l'intention cognitive et l'attitude, tout comme le rejet de l'interaction entre l'intention cognitive et l'auto-efficacité, suggère une plus grande influence d'un déterminant environnemental (i.e. le facteur social des normes subjectives) comparativement aux déterminants individuels (i.e. les facteurs d'attitude et de croyance d'efficacité). Aussi, il semble possible que le rejet des trois hypothèses d'interaction avec l'intention comportementale puisse témoigner d'une franche distinction entre ces deux niveaux de variables explicatives. Autrement formulé, il semble que la valeur explicative des facteurs cognitifs se distingue de celle des facteurs comportementaux. Hypothétiquement, cela constitue peut-être l'une des raisons de l'écart entre les scores d'intention d'entreprendre et son passage à l'action effectif (Marchand et al., 2015; St-Jean & Duhamel, 2015).

Nos résultats se distinguent de ceux obtenus par l'étude longitudinale la plus similaire (Kautonen, Gelderen et al, 2015). En effet, nos résultats expliquent au mieux 11,6 % du passage à l'action entrepreneuriale, alors que Kautonen, Gelderen et al. (2015) affirment expliquer 31 % du comportement de démarrer une entreprise, en plus de soutenir complètement le modèle de la TPC d'Ajzen (1991). Précisons toutefois que les résultats obtenus par Kautonen, Gelderen et al. reposent sur un suivi longitudinal après un an, alors que notre contribution s'appuie sur un suivi en deux ans. Conséquemment, notre étude longitudinale est sans doute la plus robuste à ce jour dans ce champ d'étude.

La présente recherche contient également d'importantes limites. En effet, l'intérêt des participants envers la question entrepreneuriale est suffisant pour avoir généré un fort biais d'attribution. Ainsi, il est possible que nos résultats soient artificiellement accrus par les conditions de l'étude. Autre limitation, l'échantillon formé est non représentatif de la population, notamment parce qu'il se limite à des étudiants universitaires québécois. Aussi, le délai d'analyse longitudinale sur un délai de deux ans est basé sur un choix arbitraire, quoique plus robuste que toute autre étude dans le domaine. Qui plus est, il est possible que les étudiants initialement intéressés par l'entrepreneuriat soient toujours aux études deux ans plus tard, ce qui expliquerait un retard dans la mise en œuvre de leur intention d'entreprendre. Il semble donc intéressant de poursuivre l'étude longitudinale auprès de ces étudiants afin d'en contrôler l'impact pré- et post- diplomation sur l'explication du passage à l'action.

Conclusion

La présente étude réaffirme, tout comme le présumait Krueger (1993), la valeur explicative de l'intention d'entreprendre sur le passage à l'action entrepreneuriale. Toutefois, nos résultats ont permis d'éclairer une importante nuance quant à la forme (cognitive versus comportementale) et l'impact de cette intention d'entreprendre. Comme la TCP (Ajzen, 1991, 2002) a été construite en appuis sur les préceptes bémorristes d'un comportement observable (Watson, 1913), il ne s'agit probablement pas d'un cadre théorique adapté pour rendre compte d'un phénomène aussi complexe que le passage à l'action entrepreneuriale. Ainsi, Paturel (2007) soutient l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat est un concept complexe dont les composantes et les comportements affiliés ne font pas consensus au sein de la documentation scientifique. Les futures recherches sur l'explication du passage à l'action entrepreneuriale pourront gagner à explorer diverses avenues.

L'une de ces avenues pourrait être une analyse descriptive exhaustive de l'activité entrepreneuriale, à la lumière de la théorie de l'activité, tel qu'amorcée par Holt (2008). En effet, ce dernier se limite à la description de l'activité de saisie d'une opportunité d'affaires et, comme nous l'avons présenté, Thompson (2009) aborde bien plus que cette action en tant que déterminant de l'activité d'entreprendre. Autre avenue, la complexité du phénomène entrepreneurial permet de remettre en question l'utilisation du seul paradigme psychosocial pour l'étudier (Paturel, 2007). À ce propos, l'adoption des

paradigmes de la psychologie environnementale pourrait constituer une avenue de recherche intéressante. En effet, la psychologie environnementale explique un phénomène à la fois par des mesures chez l'individu (ses cognitions et ses conditions biophysiolologiques) en plus d'y adjoindre des mesures au sein de l'environnement (les dispositions sociologiques effectives et les disponibilités des ressources matérielles) (Moser, 2009). Une telle démarche intègre le déterminisme réciproque énoncé par Bandura (1986) et rejoint les réflexions de Shapero et Sokol (1982) sur la nature événementielle (et non comportementale) de l'entrepreneuriat. Pour comprendre les déclencheurs de l'entrepreneuriat, les futures recherches gagneraient également à s'inspirer d'une démarche praxéologique qui unit savoir et action (Lhotellier & St-Arnaud, 1994). Plus concrètement, cette démarche pourrait utiliser des mises en situation, effectuées en laboratoire, sous diverses conditions expérimentales reliées à l'émergence de l'action entrepreneuriale. Rappelons que c'est à travers des méthodes de recherche-action qu'a émergé d'importants savoirs comme l'apprentissage vicariant de l'agressivité (Bandura & Walters, 1959), la modification des comportements moralement attendus en fonction des rôles endossés (Haney, Banks, & Zimbardo, 1973) ainsi que la soumission à l'autorité (Milgram & Van Gasteren, 1974). Ces pistes constituent quelques-unes des avenues pour poursuivre l'investigation du passage à l'action chez les personnes souhaitant devenir entrepreneurs dans le futur.

La nouvelle génération d'entrepreneurs semble se distinguer de celle d'avant (Tremblay & Gasse, 2016). L'apparition du sociofinancement participatif via Internet

des projets entrepreneuriaux (Fonrouge, 2016) ne fait qu'exposer l'un des nouveaux enjeux dans les actions préalables et nécessaires à la création d'entreprise aujourd'hui. Dans tous les cas, le champ d'études sur les facteurs explicatifs de l'engagement initial face à la création d'entreprise reste largement inexploré et gagnerait à l'être. En effet, cela permettrait éventuellement de procéder à des recommandations plus adéquates et précises face à l'engagement au sein de la carrière entrepreneuriale.

Références

- Acs, Z. J., & Varga, A. (2005). Entrepreneurship, agglomeration and technological change. *Small Business Economics*, 24(3), 323-334.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Andler, D. (2004). *Introduction aux sciences cognitives*. Paris : Gallimard, 740 p.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism ion human agency. *American Psychologist*, 37, 747-755.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action - A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 617 p.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44, 1175-1184.
- Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1959). *Adolescent aggression*. New York, NY: Ronald Press, 475 p.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1963). *Social learning and personality development*. New York, NY: Holt, Rinehart & Winston, 329 p.

- Beck, A. T. (1967). *Depression: Clinical, experimental, and theoretical aspects.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 370 p.
- Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review, 13*(3), 442-453.
- Bird, B. J. (1992). The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 17*(1), 11-21.
- Bird, B. J. (2015). Entrepreneurial intentions research: A review and outlook. *International Review of Entrepreneurship, 13*(3), 143-168.
- Chomsky, N. (1962). *A transformational approach to syntax.* Dans A. A. Hill (Éd.), *Proceedings of the Third Texas conference on problems of linguistic analysis in English* (pp. 124-158). Austin: University of Texas Press.
- Dale, M. (2010). *Les tendances de la composition selon l'âge des étudiants et des diplômés collégiaux et universitaires.* Repéré à <http://www.statcan.gc.ca/pub/81-004-x/2010005/article/11386-fra.htm>
- Davidsson, P. (2006). Nascent entrepreneurship: Empirical studies and developments. *Foundations and Trends in Entrepreneurship, 2*(1), 1-76.
- Doob, L. W. (1947). The behavior of attitudes. *Psychological Review, 54*, 135-156.
- Engeström, Y. (2001). Expansive learning at work: Toward an activity theoretical re-conceptualization. *Journal of Education and Work, 14*(1), 133-156.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research, 67*(5), 663-666.
- Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward that object. *Human Relations, 16*, 233-240.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research.* Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fonrouge, C. (2016). Crowdfunding et diasporas : le financement participatif vient-il remettre en cause les acteurs du financement diasporique?. *Innovations, V-XXI*, 211-231.
- Grégoire, S., Bouffard, T., & Cardinal, L. (2000). Le sentiment d'efficacité personnelle et la transition de carrière. *Revue québécoise de psychologie, 21*(3), 93-109.

- Haney, C., Banks, W. C., & Zimbardo, P. G. (1973). A study of prisoners and guards in a simulated prison. *Naval Research Reviews*, 30, 4-17.
- Holt, R. (2008). Using activity theory to understand entrepreneurial opportunity. *Mind, Culture, and Activity*, 15(1), 52-70.
- Katz, J. A. (1992). A psychosocial cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(1), 29-37.
- Katz, J. A., & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13(3), 429-441.
- Kautonen, T., Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Kautonen, T., Hatak, I., Kibler, E., & Wainwright, T. (2015). Emergence of entrepreneurial behaviour: The role of age-based self-image. *Journal of Economic Psychology*, 50, 41-51.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Lhotellier, A., & St-Arnaud, Y. (1994). Pour une démarche praxéologique. *Nouvelles pratiques sociales*, 7(2), 93-109.
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: What we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957.
- Marchand, R., Chirita, G., Ibanescu, M., Dejardin, M., & Luc, S. (2015). *Entreprendre : partout pareil au Québec? Indice entrepreneurial québécois 2015*. Québec, Canada : Fondation de l'Entrepreneurship, 96 p.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Milgram, S., & Van Gasteren, L. (1974). *Das Milgram-experiment: Zur Gehorsamsbereitschaft gegenüber Autorität*. Reinbek: Rowohlt.

- Moser, G. (2009). *Psychologie environnementale : les relations homme-environnement*. Rome : Armando Editore, 304 p.
- Nikuze, P. (2015). *La dynamique des entreprises au Québec entre 2002 et 2012*. Repéré à <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/bulletins/sti-bref-201501.pdf>.
- Paturel, R. (2007). *Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat. Revue internationale de psychophysiologie*, XIII(31), 27-43.
- Pavlov, I. P. (1927). *Conditioned reflexes. An investigation of the physiological activity of the cerebral cortex*. Humphrey Milford: Oxford University Press, 430 p.
- Pearl, J. (2009). *Causality* (2^e éd.). Cambridge: Cambridge University Press, 484 p.
- Reynolds, P. (2010). New firm creation in the United States: A PSED I overview. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 3(1), 1-149.
- Robb, A., & Reynolds, P. D. (2009). PSED II and the Kauffman firm survey. Dans P. D. Reynolds & R. T. Curtin (Éds), *New firm creation in the United States* (pp. 279-302). New York, NY: Springer.
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127-1145.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014) Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, socialism, and democracy* (3^e éd.). New York, NY: Harper & Row, 431 p.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. Dans C. Kent, D. Sexton, & K. V. Vesper (Éds), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Shinnar, R. S., Giacomin, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493.
- Skinner, B. F. (1950). Are theories of learning necessary?. *Psychological Review*, 57(4), 193-216.

- St-Jean, É., & Duhamel, M. (2015). *Situation de l'activité entrepreneuriale québécoise 2014, Rapport du Québec 2014*. Repéré à <http://www.gemconsortium.org>
- Taylor, F. W. (2004). *Scientific management*. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Tremblay, M., & Gasse, Y. (2016). Les entrepreneurs des nouvelles générations sont-ils différents des autres?. *Gestion 2000*, 33(2), 213-232.
- Vallerand, R. J. (2006). *Les fondements de la psychologie sociale*. Montréal, QC : Gaëtan Morin, 768 p.
- Vallerand, R. J., & Lafrenaye, Y. (2006). Les attitudes. Dans R. J. Vallerand (Éd.), *Les fondements de la psychologie sociale* (2^e éd., pp. 235-291). Montréal : Gaëtan Morin Éditeur.
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655-673.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 159 p.
- Watson, J. B. (1913). Psychology as the behaviorist views it. *Psychological Review*, 20(2), 158-177.
- Watson, J. B. (1930). *Behaviorism* (éd. rév.). New York, NY: W W Norton & Co Behaviorism, 308 p.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.
- Zellweger, T., Sieger, P., & 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.