

L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat

**Tremblay Maripier , Doctorante
Université du Québec à Trois-Rivières**

**Gasse Yvon
Professeur et titulaire de la Chaire en entrepreneuriat et innovation
Faculté des sciences de l'administration, Université Laval**

Résumé

Considérant l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement des économies, les milieux d'enseignement supérieur (collèges et universités) sont amenés à jouer un rôle de plus en plus actif, notamment en offrant formation et support à leurs étudiants de façon à rendre la carrière entrepreneuriale plus accessible. Il est aussi aujourd'hui connu que le comportement entrepreneurial est fortement influencé par les valeurs, attitudes et croyances des individus, de nombreux chercheurs en ayant fait la démonstration. Bien que plusieurs études se soient penchées sur la mesure des intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires, encore peu ont cherché à comprendre comment les antécédents des étudiants influencent leurs croyances et perceptions, ces dernières les prédisposant à créer une entreprise, créer leur propre emploi ou avoir l'intention d'en faire autant. Cet article présente les résultats d'une étude réalisée dans le but de mieux connaître les croyances, attitudes et intentions des étudiants de niveau collégial et universitaire et de faire ressortir l'impact de leurs antécédents sur ces mêmes dimensions. Les résultats font ressortir l'influence des modèles entrepreneuriaux, de l'expérience entrepreneuriale, du domaine de formation et du milieu d'origine sur les croyances des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat, leurs aspirations professionnelles, de même que la perception de leur capacité à entreprendre.

Mots clés : étudiants universitaires et collégiaux, intentions entrepreneuriales, croyances, antécédents, modèles entrepreneuriaux.

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est aujourd'hui devenu un enjeu pour plusieurs pays. La capacité des nouvelles entreprises à générer de la croissance économique (Acs et Armington, 2003), des emplois (Birch, 1987) et de l'innovation (Reynolds, Storey et Westhead, 1994) justifie d'ailleurs amplement l'intérêt qu'elles suscitent. Devant cet enjeu, les milieux universitaires et collégiaux sont amenés à jouer un rôle de plus en plus actif, notamment en offrant formation et support à leurs étudiants de façon à rendre la carrière entrepreneuriale plus accessible. L'implication de ces milieux est d'autant plus importante dans le contexte actuel de la nouvelle économie où les étudiants se montrent de plus en plus intéressés à considérer cette voie professionnelle (Fayolle, Gailly et Lassas-Clerc, 2006). De plus, comme le font remarquer Peterman et Kennedy (2003), contrairement à ce que l'on a déjà cru, les propriétaires d'entreprises sont plus éduqués que la population en générale. En ce sens, les universités et collèges constituent des bassins importants d'entrepreneurs potentiels.

Des études ayant porté plus spécifiquement sur les intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires viennent confirmer une forte présence d'entrepreneurs potentiels. Filion, L'Heureux, Kadji-Youlaeu et Bellavance (2002) ont montré que 57,7% des étudiants universitaires québécois avaient l'intention de démarrer une entreprise. Dans le même sens, Audet (2001) a trouvé que 45% des étudiants des universités anglophones québécoises estimaient les chances à 75% qu'ils possèdent un jour leur propre entreprise. Ces résultats sont d'ailleurs cohérents avec ceux obtenus auprès d'étudiants de Russie et de Norvège (Kolvereid, 1996 ; Tkachev et Kolvereid, 1999).

Par ailleurs, il est aujourd'hui connu que les intentions entrepreneuriales sont fortement influencées par les valeurs, attitudes et croyances des individus, plusieurs études en ayant fait la démonstration (Krueger, 1993 ; Krueger et Brazeal, 1994 ; Krueger et Carsrud, 1993). Toutefois, les résultats demeurent partiellement inconsistants, nécessitant une compréhension plus approfondie des éléments conditionnant les intentions (Schwarz et al., 2006). Par exemple, encore peu ont cherché à comprendre comment le profil et les antécédents des étudiants (le milieu d'origine, la présence de modèles entrepreneuriaux, les expériences antérieures, etc.) influencent leurs attitudes et perceptions, ces dernières les prédisposant à créer une entreprise, à créer leur propre emploi ou à avoir l'intention d'en faire autant. Bien que certains travaux commencent à

faire ressortir un lien entre le contexte culturel et social et les croyances, encore peu de travaux ont exploré ce lien. C'est à cette question que la présente étude s'intéresse.

Dans cette communication, les résultats d'une étude réalisée dans le but de mieux connaître les croyances, attitudes, perceptions et intentions des étudiants de niveau collégial et universitaire et de faire ressortir l'impact de leurs antécédents sur ces mêmes dimensions sont présentés. Les résultats font ressortir l'influence des modèles entrepreneuriaux, de l'expérience entrepreneuriale, du domaine de formation et du milieu d'origine sur les croyances des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat, leurs aspirations professionnelles, de même que la perception qu'ils ont de leur capacité à entreprendre.

Les résultats de cette étude présentent un double intérêt. D'abord, au niveau académique, ils s'ajoutent aux études, encore peu nombreuses, faisant ressortir l'impact des antécédents sur les attitudes, perceptions et intentions face à l'entrepreneuriat. Par ailleurs, elle permet une meilleure compréhension des attitudes, croyances et perceptions des étudiants de niveau post-secondaire, laquelle peut orienter les actions entreprises, notamment par les milieux scolaires, pour stimuler l'entrepreneuriat.

Dans un premier temps, le contexte théorique, s'inscrivant dans la tradition des modèles d'intentions, et le cadre conceptuel seront explicités. Nous présentons par la suite le cadre opératoire de la recherche avant de faire état des résultats. Finalement, nous revenons en conclusion sur les apprentissages qui se dégagent des résultats et sur les limites de la recherche.

1. LE CONTEXTE THÉORIQUE

L'esprit de cette étude s'inscrit dans le courant de littérature reposant sur les modèles issus des théories de l'action raisonnée et du comportement planifié (Ajzen, 1991), lesquelles cherchent à prédire et expliquer les comportements individuels, dans ce cas-ci la création d'entreprise. Ainsi, dans un premier temps, nous revenons sur les principes généraux des modèles issus de ce courant avant de présenter le cadre ayant plus spécifiquement servi à la réalisation de l'étude.

1.1. COMPRENDRE L'ACTE ENTREPRENEURIAL : LES MODELES D'INTENTIONS

Plusieurs études postulent que la variable la plus fiable pour prédire un comportement entrepreneurial est l'intention entrepreneuriale. L'approche théorique de l'intention entrepreneuriale repose essentiellement sur deux théories : la théorie du comportement planifié de

Ajzen (1987) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). D'ailleurs, Krueger et Brazeal (1994) ont comparé les deux théories et constaté de nombreux recouvrements. S'inspirant des éléments fondamentaux de ces théories, plusieurs auteurs ont proposé des modèles d'intentions entrepreneuriales ; on pense par exemple à Bird (1988) dont le modèle a été développé par Boyd et Vozikis (1994) ou encore à Davidsson (1995b) dont le modèle a inspiré Autio et al. (1997) pour leur étude en milieu universitaire. Nous présentons rapidement le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) de même que la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991).

1.1.1. Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)

Shapero et Sokol (1982) ont développé le modèle de l'événement entrepreneurial, selon lequel un individu évalue sa décision d'entreprendre selon trois éléments : 1) sa perception de la désirabilité du comportement ; 2) sa propension à agir, i.e la volonté d'agir selon ses intentions et 3) sa perception de la faisabilité du comportement envisagé. De nombreux travaux sont venus appuyer ce modèle pour comprendre le comportement entrepreneurial (Davidsson, 1995b ; Krueger, 1993 ; Krueger et Brazeal, 1994 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Reitan, 1996). Pour Shapero et Sokol (1982), le comportement entrepreneurial est influencé directement par les perceptions de désirabilité et de faisabilité du comportement ; la désirabilité et la faisabilité s'expliquant toutes deux par les croyances et les perceptions que la personne a sur le monde qui l'entoure. Ainsi, suivant la logique des auteurs, le désir, la faisabilité perçue et par conséquent l'intention de créer une entreprise seraient fondés sur les croyances des individus.

Plus spécifiquement, la perception de désirabilité réfère à l'attrait que peut revêtir pour un individu le fait de créer son entreprise (Shapero et Sokol, 1982). Cette dernière est notamment influencée par la présence de modèles dans l'entourage (Audet, 2004). Par ailleurs, les facteurs culturels et sociaux affectent directement la désirabilité perçue du comportement entrepreneurial ; la pression sociale exercée se traduisant par exemple par les caractéristiques professionnelles véhiculées et valorisées. Comme le rappellent Gasse et Tremblay (2006), les intentions sont influencées par la perception que le comportement entrepreneurial est personnellement désirable, et ensuite qu'il est socialement désirable. En plus d'être désirable, l'acte de création doit aussi être raisonnablement faisable, du moins être perçu comme tel. La faisabilité fait ainsi référence

au degré avec lequel un individu pense pouvoir mener à bien la création d'entreprise. Elle dépend par exemple de la disponibilité perçue des ressources nécessaires à la création de l'entreprise et des compétences de l'entrepreneur et de la confiance que ce dernier a en sa capacité de mener à bien les tâches jugées critiques pour la réussite d'un processus entrepreneurial.

1.1.2. La théorie du comportement planifié de Ajzen (1991)

La théorie du comportement planifié constitue une extension de la théorie de l'action raisonnée proposée par Ajzen et Fischbein (1980). L'élément central de la théorie du comportement planifié est le concept d'intention. Pour l'auteur, l'intention traduit l'intensité avec laquelle un individu est prêt à essayer, le niveau d'effort qu'il prévoit investir pour adopter un comportement (Ajzen, 1991). Ainsi, plus l'intention d'adopter un comportement est forte, plus ce dernier devrait être concrétisé. La théorie du comportement postule que l'intention prédit le comportement par l'intermédiaire de trois variables.

La première variable est celle des attitudes associées au comportement. Il s'agit de l'évaluation faite par l'individu du comportement souhaité ou envisagé. Elles varient en fonction des résultats et des conséquences anticipés du comportement en question. Ces attitudes renvoient au concept de désirabilité de Shapero et Sokol (1982). La deuxième variable est celle des normes subjectives, lesquelles réfèrent à la pression sociale que subit l'individu. Par exemple, elles peuvent se traduire par les aspirations qu'ont la famille et les amis par rapport au choix de carrière d'un individu. Les normes sociales proposées dans le modèle de Ajzen (1991) sont aussi comprises dans le concept de désirabilité de Shapero et Sokol (1982). Finalement, la dernière variable proposée dans la théorie de Ajzen (1991) est celle des perceptions de contrôle comportemental. Cette variable est la principale nouveauté de la théorie du comportement planifié par rapport au modèle de l'action raisonnée. Selon Ajzen (1991), pour qu'un individu adopte un comportement ou ait l'intention de le faire, il doit avoir l'impression de contrôler et de maîtriser les aptitudes et les ressources nécessaires pour concrétiser le comportement en question. Les perceptions du contrôle comportemental se rapprochent du concept de faisabilité de Shapero et Sokol (1982).

On peut le constater, le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et la théorie du comportement planifié ont beaucoup en commun. D'ailleurs, ces rapprochements avaient été mis en lumière par Krueger et Brazeal (1994) et Krueger et al. (2000). Tous deux

avancent que dans le cas d'un comportement planifié comme l'est la création d'une entreprise, l'intention est un antécédent de l'acte et constitue un excellent indicateur du passage à l'action.

Krueger et al. (2000) ont vérifié et comparé les deux modèles: celui de Shapero et Sokol s'est révélé légèrement supérieur à celui d'Azjen (R^2 de .408 comparé à un R^2 de .35) et dans les deux cas les résultats étaient statistiquement significatifs ($p < .0001$). Les résultats de Kolvereid (1996) supportent aussi fortement la théorie du comportement planifié. Par ailleurs, il semble qu'il soit plus facile d'expliquer l'intention à long terme que celle à court terme. Ainsi les résultats de Reitan (1996) n'expliquent que .30 de la variance lorsque la variable dépendante est l'intention de devenir entrepreneur dans les deux prochaines années (comparé à 63% pour l'intention à long terme). Similairement, les résultats d'Audet (2004) expliquent 32% de la variance de l'intention à court terme (<3 ans), comparé à 49% pour le long terme.

Malgré l'intérêt des modèles reposant sur le concept d'intention pour expliquer le comportement, ils ne demeurent pas sans limite. En effet, comme le soulève Boissin et Emin (2006), les recherches reposant sur ces modèles se sont limitées à expliquer l'intention et ont par conséquent délaissé le passage à l'acte. Aussi, Moreau et Raveleau (2006) soulèvent l'immobilisme du modèle alors que la preuve de la stabilité de l'intention entrepreneuriale n'a pas été faite. Il n'en demeure pas moins que les modèles d'intention ont été testés à de nombreuses reprises et que les résultats obtenus sont satisfaisants.

1.2. L'IMPACT DES ANTECEDENTS SUR LES INTENTIONS

Les antécédents sont associés de près aux intentions et aux comportements entrepreneuriaux. Ils prédisposent à l'entrepreneuriat. Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat. De façon générale, les antécédents réfèrent aux différentes variables socio-démographiques comme l'âge, le sexe, l'origine de même qu'aux expériences de l'individu comme son parcours professionnel ou encore son domaine d'études.

Kolvereid (1996) fait par exemple ressortir l'impact du genre, de l'expérience entrepreneuriale et des antécédents familiaux sur les intentions d'être à son compte. Toutefois, les résultats de son étude montrent que ces différents antécédents n'ont qu'un effet indirect, puisque c'est par l'intermédiaire des attitudes et croyances qu'elles influencent l'intention entrepreneuriale.

D'autres études ont aussi permis de constater que les hommes ont une plus grande préférence pour l'entrepreneuriat (Matthews et Moser, 1995 ; Moreau et Raveleau, 2006).

Les différentes croyances des individus, notamment en ce qui a trait à l'entrepreneuriat, sont aussi influencées par la culture et le contexte social (Arenius et Minniti, 2005). Certaines cultures valorisent plus fortement la réussite financière et les activités d'affaires (McClelland, 1961). Ces activités deviennent ainsi plus coutumières ou peuvent être perçues comme le seul moyen d'agir en vue de son autosuffisance économique et de sa progression sociale. Cette influence du contexte ne s'applique pas seulement au niveau international ; les différences culturelles constituent aussi un élément d'influence au niveau national et régional (Julien, 2004). On peut par exemple penser que le milieu ou la région (rural ou urbain) dans lequel évolue un individu peut avoir une influence sur ces perceptions et croyances, affectant par le fait même ses intentions entrepreneuriales.

Par ailleurs, la formation de base et l'expérience sont connues pour avoir une influence sur la décision de démarrer une entreprise (Van Auken, Fry et Stephens, 2006). Plus spécifiquement, des études sont venues appuyer l'impact que l'expérience et la formation en entrepreneuriat a sur les intentions actuelles et futures des étudiants (Kolvereid et Moen, 1997 ; Tkachev et Kolvereid, 1999). Aussi soutenue par plusieurs études, la présence de modèles entrepreneuriaux dans l'entourage figure parmi les facteurs ayant une influence sur les intentions et les comportements entrepreneuriaux (Scherer *et al.*, 1989 ; Dyer, 1994 ; Carroll et Mosakowski, 1987 ; Van Auken, Fry et Stephens, 2006, Kuratko, Hornsby et Naffziger, 1997). La connaissance d'un entrepreneur ressort comme un facteur de l'environnement ayant le plus d'influence sur les intentions entrepreneuriales (Audet, Riverin et Tremblay, 2005). Il existe notamment un lien important entre le modèle parental et la sensibilisation à l'entrepreneuriat (Moreau et Raveleau, 2006 ; Scott et Towney, 1988). Les modèles affectent notamment la perception d'habilité à démarrer une entreprise (Krueger *et al.* 2000).

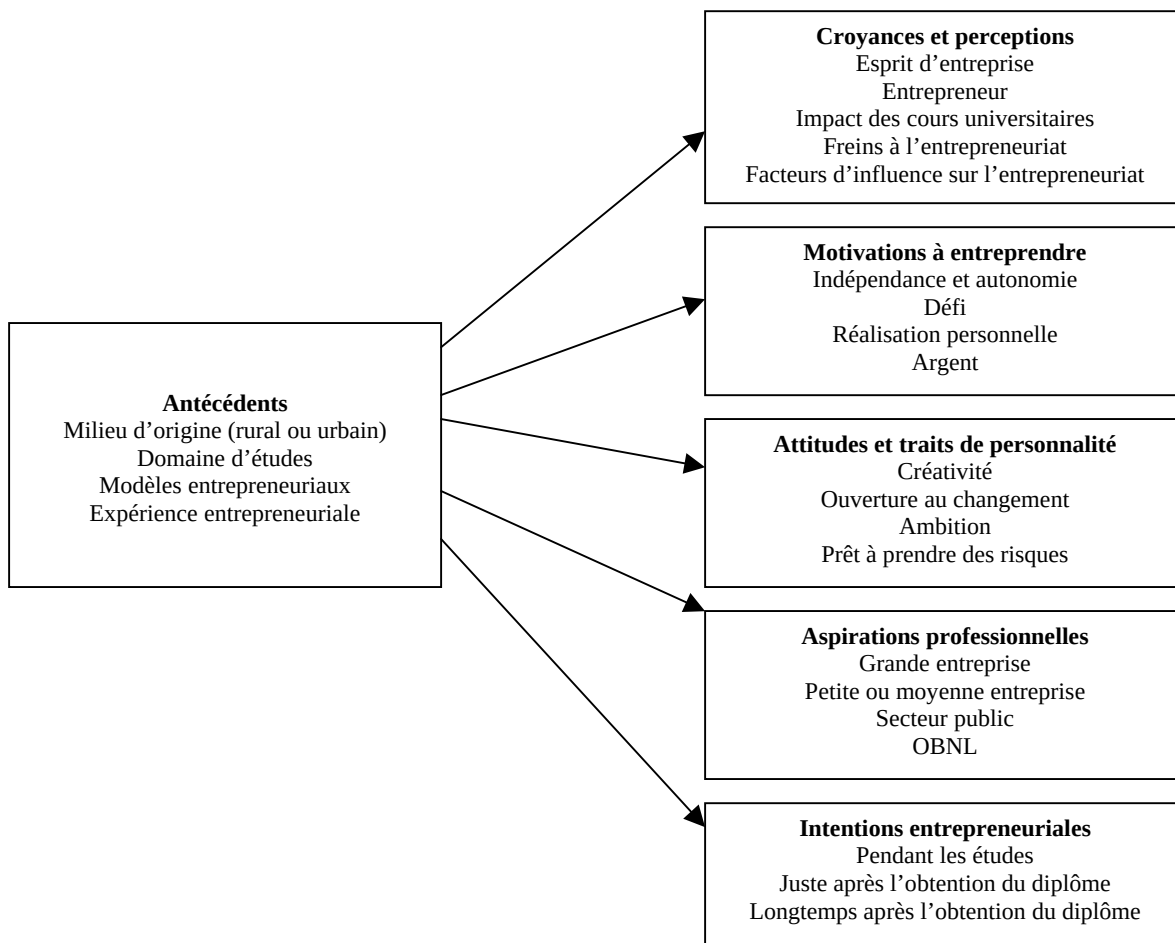
Les différentes études montrent que les intentions entrepreneuriales constituent un indicateur majeur du comportement entrepreneurial et que plusieurs variables notamment les attitudes, les perceptions et les croyances, ont une influence sur ces dernières. On commence aussi à entrevoir l'impact du profil et des antécédents (âge, sexe, expérience entrepreneuriale, domaine d'étude, culture, etc.) sur les intentions et le comportement entrepreneurial. L'étude proposée ici vise justement à vérifier l'impact des antécédents, non seulement sur les intentions en elles-mêmes,

mais sur les attitudes, perceptions et croyances pouvant venir affecter le désir de se lancer en affaires. La prochaine section présente plus précisément le cadre conceptuel ayant servi à la réalisation de l'étude.

1.3. CADRE CONCEPTUEL

La figure 1 illustre le cadre conceptuel soutenant cette recherche. Principalement, nous cherchons à faire ressortir des différences entre les étudiants universitaires quant à leurs attitudes, croyances, perceptions et intentions en fonction de leurs antécédents. Nous retenons donc quatre groupes de variables dépendantes et un groupe de variables indépendantes.

Figure 1 : Cadre conceptuel



1.3.1. Croyances et perceptions sur l'entrepreneuriat

Les croyances et les perceptions d'un individu forment sa conception de l'environnement. Elles consistent en des associations que l'individu fait à l'égard d'un objet ou d'un sujet donné. Par exemple, un entrepreneur peut être associé à différents concepts. Certains peuvent considérer qu'il s'agit d'un homme d'action, d'un inventeur alors que d'autres peuvent le voir comme un gestionnaire ou encore quelqu'un qui n'est intéressé que par l'argent. Il en va de même avec l'esprit d'entreprise. L'esprit d'entreprise est une question de mentalité. Il ne se résume pas seulement à la création d'une entreprise mais peut être perçu comme telle par plusieurs. Franke et Lüthje (2003) ont montré que les intentions sont directement affectées par les perceptions de barrières à l'entrée et de support chez les étudiants. Ainsi, les croyances relatives aux facteurs d'influence du développement entrepreneurial et aux freins à la création d'entreprise s'avèrent des éléments pouvant avoir un impact sur les intentions et sur l'attitude générale face à l'entrepreneuriat. De plus, les perceptions relatives à l'environnement universitaire influencent aussi les intentions. Franke et Lüthje (2004) ont constaté qu'une évaluation négative des activités universitaires relatives à l'entrepreneuriat était associée à une baisse des intentions de créer une entreprise.

1.3.2. Les motivations à entreprendre

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Plusieurs motivations peuvent mener à la création d'entreprise. Le défi en est une : le fait de vouloir relever des défis, aimer faire des choses difficiles et se confronter à des projets exigeants peuvent amener un individu à se lancer en affaires (Hornaday et Aboud, 1971). L'indépendance et l'autonomie ont été reconnues comme des motivations à entreprendre (Stoner et Fry, 1982). Le besoin de réalisation et d'accomplissement est aussi très caractéristique des entrepreneurs (Gasse et D'amours, 2000). Finalement, il est possible que la voie entrepreneuriale soit vue comme un moyen de faire de l'argent, d'avoir une situation financière intéressante.

1.3.3. Attitudes et traits de personnalité

Les attitudes sont constituées des perceptions, des dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose. Ce sont des jugements que nous portons, les façons que nous avons de voir les

choses. Par exemple, l'attitude face au risque ou au changement peut avoir un impact important sur la volonté des individus de se lancer dans un projet d'entreprise. Par ailleurs, bien qu'il n'existe pas de profil type, certains traits de personnalité sont caractéristiques des entrepreneurs. L'ambition et la créativité en sont des exemples. Un individu considérant avoir de tels traits de personnalité pourra se sentir davantage capable d'entreprendre.

1.3.4. Les aspirations professionnelles

La volonté de créer une entreprise n'est généralement pas la seule possibilité envisagée par les étudiants (Moreau et Raveleau, 2006). Or, les aspirations professionnelles peuvent être influencées par certains antécédents. Les normes sociales peuvent avoir un impact sur les choix de carrière des individus. Les antécédents (domaine d'études, présence d'entrepreneurs dans la famille, région d'origine) peuvent créer certaines normes sociales et influencer les choix d'un individu et son attirance vers une carrière dans la PME, la grande entreprise, le secteur public ou encore un organisme à but non lucratif.

1.3.5. Les intentions entrepreneuriales

Les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon (Azjen, 1991). Ces intentions, comme l'ont fait plusieurs chercheurs, peuvent être évaluées à court, moyen ou long terme (Autio, Keeley, Klofsten et Hesinki, 1997; Reitan, 1996). Dans le cas de la population étudiante, les intentions sont souvent mesurées selon trois repères : pendant les études, juste après l'obtention du diplôme ou encore longtemps après l'obtention du diplôme.

1.3.6. Les antécédents

L'étude que nous présentons ici tente de faire ressortir les différences entre les étudiants selon leurs antécédents. Comme nous l'avons déjà mentionné les antécédents incluent à la fois des variables socio-démographiques et des variables relatives aux expériences antérieures des individus. Suivant le cadre conceptuel, quatre variables ont été retenues : le milieu d'origine, le domaine d'études, l'expérience entrepreneuriale et la présence d'un modèle d'entrepreneur dans l'entourage familiale. Notons que pour permettre une meilleure description de l'échantillon, nous avons aussi interrogé les répondants quant à leur âge, leur genre et leur niveau d'études. Ces

variables n'ont cependant pas été utilisées pour les fins de comparaison de l'échantillon. Les variables retenues relèvent davantage des expériences vécues et de l'environnement social et culturel de l'individu¹.

2. LE CADRE OPÉRATOIRE

L'étude a été réalisée par le biais d'un sondage auprès d'étudiants collégiaux et universitaires provenant de différentes régions du Québec. La collecte de données a été effectuée entre le 13 février et le 5 juin 2006. L'échantillon total est composé de 509 répondants.

2.1. LE QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été conçu de façon à mieux connaître les croyances, les perceptions, les attitudes et les intentions à l'égard de l'entrepreneuriat. Aussi, comme nous l'avons déjà mentionné, nous cherchions à mieux saisir l'impact des antécédents sur ces mêmes croyances, perceptions et intentions. Un questionnaire touchant ces thèmes a donc été développé en version papier et en version électronique avec le support de *Dynaforme*², un outil de création de formulaires auto-validés, i.e. dont les résultats sont automatiquement compilés. Les répondants ont pu compléter le questionnaire en accédant à une adresse Internet diffusée par courrier électronique. Dans certains cas, la version papier a été administrée en classe. Il est possible de visualiser le questionnaire à l'adresse suivante: <http://agora.ulaval.ca/~prbrd/formulaire-potentiel-entrepreneurial.htm>. Au total, le questionnaire comporte 22 items évaluant différentes dimensions du cadre présenté à la figure 1. La structure du questionnaire est présentée en annexe A.

2.2. LES CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON

Comme en fait état le tableau 1, l'échantillon de 509 répondants est en grande majorité composé d'individus âgés de moins de 25 ans (48,6% moins de 21 ans et 37,4% entre 21 et 24 ans); la moitié étant des hommes. La plupart sont des étudiants du collégial³ (40,3%) ou de premier cycle universitaire (58%), moins de 2% étant du deuxième ou troisième cycle universitaire. La moitié

¹ Notons que l'expérience professionnelle aurait pu être retenue, mais la question telle que posée dans le questionnaire a rendu difficile son exploitation pour les fins de comparaison.

² <http://cours.fsa.ulaval.ca/dynaforme/>

³ Le niveau collégial correspond à un niveau pré-universitaire. Au Québec, il s'agit habituellement d'un programme de deux ans préparatoire à l'entrée à l'université. Notons que certaines formations techniques sont aussi offertes, ces dernières ne nécessitant pas de formation universitaire.

(52%) de l'échantillon est composé d'étudiants du domaine de l'administration, 27% des sciences appliquées ou du génie, les 21% restants étudiant dans d'autres domaines. De l'ensemble, ils sont près de 30% à avoir une expérience entrepreneuriale, c'est-à-dire à avoir démarré une activité, une association ou encore une entreprise pendant leurs études. La moitié des étudiants de l'échantillon compte au moins un entrepreneur parmi les membres de leur famille. Le tableau 1 montre aussi que près de 37% de l'échantillon est originaire d'un milieu rural, soit la Gaspésie et des Iles-de-la-Madeleine, le reste provenant de l'ensemble du Québec. Ceci s'explique par le fait que l'étude a été réalisée à partir de données provenant de deux vagues de collecte, dont une réalisée spécifiquement auprès d'étudiants originaires de cette région. L'autre vague a quant à elle été réalisée auprès d'étudiants québécois toutes régions confondues (reste du Québec).

Tableau 1 : Profil des répondants

	N	%
ÂGE (508 répondants)		
<i>Moins de 21 ans</i>	247	48,6
<i>Entre 21 et 24 ans</i>	190	37,4
<i>Plus de 24 ans</i>	71	14,0
GENRE (508 répondants)		
<i>Homme</i>	276	54,4
<i>Femme</i>	232	45,6
NIVEAU D'ÉTUDES (491 répondants)		
<i>Collégial</i>	198	40,3
<i>Baccalauréat</i>	285	58,1
<i>Maîtrise</i>	6	1,2
<i>Doctorat</i>	2	0,4
DOMAINE D'ÉTUDES (504 répondants)		
<i>Gestion/Administration/management</i>	262	52,0
<i>Sciences appliquées</i>	136	27,0
<i>Autres</i>	106	21,0
EXPÉRIENCE ENTREPRENEURIALE (508 répondants)		
<i>Oui</i>	146	28,7
<i>Non</i>	362	71,3
ORIGINE (509 répondants)		
<i>Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine (milieu rural)</i>	187	36,7
<i>Reste du Québec</i>	322	63,3
ENTREPRENEURS DANS LA FAMILLE (506 répondants)		
<i>Oui</i>	253	50
<i>Non</i>	253	50

Dans les différentes analyses, les répondants originaires de la Gaspésie et les Iles-de-la-Madeleine, une région ressource du Québec éloignée des grands centres, seront entre autres comparés aux autres répondants provenant de l'ensemble des régions de la province afin de mieux saisir l'impact du milieu d'origine sur les différentes dimensions.

3. RESULTATS

Les résultats ont permis de dresser le portrait des étudiants quant à leurs croyances, leurs perceptions et leurs intentions par rapport à l'entrepreneuriat. Qui plus est, les données ont permis de faire ressortir des différences intéressantes entre les répondants selon certains de leurs antécédents, soit respectivement le domaine d'études, l'expérience antérieure, le milieu d'origine et la présence d'un entrepreneur dans la famille.

Les différentes analyses ont été réalisées à l'aide du logiciel SPSS. En plus des analyses de fréquence, nous avons cherché à observer des différences significatives entre différentes catégories de répondants, selon leurs antécédents. Des calculs de khi-carré ont permis de vérifier l'existence de différences significatives. Pour deux dimensions, respectivement la créativité et l'indépendance, reposant sur une échelle de Likert en 4 points, la comparaison a été rendue possible par le calcul des différences de moyennes (test *t* de Student).

Dans les prochaines pages, les résultats sont présentés en trois sous-sections : la section 3.1 traite des croyances et perceptions sur l'entrepreneuriat, la section 3.2 des aspirations professionnelles et des intentions entrepreneuriales et finalement la section 3.3 aborde les traits de personnalité et les motivations. Dans les tableaux de résultats, les différences significatives sont indiquées par des astérisques.

3.1. LES CROYANCES ET PERCEPTIONS SUR L'ENTREPRENEURIAT

Croyances sur l'esprit d'entreprise, l'entrepreneur et l'entrepreneuriat

De façon générale, pour les étudiants interrogés, l'esprit d'entreprise est associé principalement au lancement et au développement d'un projet ou d'une activité, à l'organisation et à la gestion de sa propre entreprise ou encore à la création d'une entreprise. Le tableau 2 présente les résultats obtenus sur cet aspect.

Les résultats des comparaisons selon les antécédents, présentés dans le tableau 2, ne permettent de constater aucune différence entre les étudiants dont un des membres de la famille est entrepreneur et les autres. Le fait d'être originaire d'un milieu rural ne semble pas non plus distinguer les répondants, sinon que les répondants originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine sont moins nombreux à associer l'esprit d'entreprise à la création de sa propre entreprise. Cependant, pour les autres antécédents, il ressort quelques différences intéressantes. C'est en comparant les étudiants selon leur domaine d'études que les différences ressortent le plus. Dans ce cas-ci, nous avons comparé 136 répondants étudiant dans les domaines des sciences appliquées/génie à 262 étudiants du domaine de l'administration, de la gestion et du management. Il semble que parmi le groupe de sciences appliquées/génie, les étudiants sont plus nombreux à associer l'esprit d'entreprise à la création de sa propre entreprise, à l'organisation et la gestion de sa propre entreprise, à la prise de risque et au développement de nouveau produit.

Tableau 2 : Réponses obtenues à la question « À quoi associez-vous l'esprit d'entreprise? » pour l'ensemble de l'échantillon et selon certains antécédents

Catégories Énoncés	% de oui				
	Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans famille
<i>Créer votre propre entreprise</i>	36,0	50,0 ***	32,2	29,9**	35,2
<i>Lancer et développer un projet, une activité</i>	59,5	55,1	65,1	62,0	58,5
<i>Organiser et gérer votre propre entreprise</i>	42,6	54,4 ***	35,6 **	41,7	41,5
<i>Prendre des risques</i>	18,5	27,9 ***	13,7 *	17,6	17,8
<i>La mise sur pied d'un OSBL⁴</i>	9,2	8,8 *	11,0	10,7	7,9
<i>Augmenter son capital et sa richesse</i>	11,4	13,2	11,0	12,3	11,5
<i>Développer un nouveau produit ou service</i>	20,8	27,9 ***	15,8 *	21,4	20,6
<i>Autres</i>	3,5	4,4	5,5	3,2	3,6

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

⁴ Organisation à but non lucratif.

On peut penser que cette différence peut être expliquée par le fait que, de par leur formation, les étudiants de génie sont moins familiers avec les différentes facettes de l'esprit d'entreprise. Ils y associent donc davantage le fait de créer, organiser ou gérer sa propre entreprise. Étant moins familier avec l'administration, leur formation reposant sur d'autres compétences, ils perçoivent peut-être davantage de risque dans les activités entrepreneuriales. De plus, dans les domaines technologiques, la création d'une entreprise repose souvent sur l'exploitation d'une innovation ou le transfert technologique, les amenant peut-être à associer davantage l'esprit d'entreprise au développement d'un nouveau produit ou service que les autres. Par ailleurs, il est vrai que le risque (du moins financier) associé aux entreprises technologiques est souvent plus élevé comparativement à d'autres secteurs.

Les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale, c'est-à-dire ayant démarré une activité, une association ou une entreprise pendant leurs études, se distinguent des autres. Mais contrairement aux étudiants de sciences appliquées/génie, ils sont significativement moins nombreux à associer l'esprit d'entreprise à l'organisation et la gestion de sa propre entreprise, à la prise de risque et au développement de nouveau produit. Le type d'activités entrepreneuriales auxquelles ont participé ces étudiants peut avoir un certain impact sur ces résultats. Ces dernières n'impliquent pas forcément l'organisation ou la gestion d'une nouvelle entreprise. On peut par exemple penser à la mise en place d'une association étudiante. Il en est de même pour le développement d'un nouveau produit ou service. Il n'en demeure pas moins qu'aux yeux de ces étudiants, ils « entreprennent ». Ils associent peut-être moins, par le fait même, l'esprit d'entreprise à la gestion de sa propre entreprise. Aussi, fort de leur expérience entrepreneuriale, il est possible que le risque perçu soit moins grand, notamment en raison des compétences qu'ils auront développées.

Pour la plupart, l'esprit d'entreprise peut être développé dans différents milieux (voir tableau 3) ; les plus propices sont cependant, aux yeux des étudiants, les coopératives et les organisations à but non lucratif suivies des grandes entreprises et finalement du secteur public. Pour les répondants, la coopérative a une forte association avec l'esprit d'entreprise. Il est cependant intéressant de constater qu'une forte proportion d'entre eux croit tout de même que l'esprit d'entreprise n'est pas limité à ces milieux. Il peut être développé ailleurs, voire même dans le secteur public.

Les seules différences significatives apparaissent dans les comparaisons selon le domaine d'études. En effet, les étudiants du domaine des sciences appliquées/génie, par rapport aux étudiants d'administration et de gestion, sont moins nombreux à croire que l'esprit d'entreprise puisse être développé dans les grandes entreprises et dans le secteur public.

Tableau 3 : Réponses obtenues à la question « Dans quel(s) milieu(x) pensez-vous que l'esprit d'entreprise puisse être développé? » pour l'ensemble de l'échantillon et selon certains antécédents

Catégories Milieux	% de oui				
	Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Les grandes entreprises</i>	83,1	77,2 ***	80,0	85,9	82,8
<i>Le secteur public</i>	65,5	48,1 ***	69,4	70,3	63,4
<i>Les OBNL⁵</i>	82,3	83,2	87,6	81,8	80,9
<i>Les coopératives</i>	88,8	87,7	84,6	- ⁶	84,2

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

On peut y voir un lien avec ce qu'ils associent à l'esprit d'entreprise. Nous avons vu précédemment qu'ils associaient fortement l'esprit d'entreprise à la création, l'organisation et la gestion de sa propre entreprise. Or, dans le secteur public et la grande entreprise, il est moins fréquent de voir ce type de comportement, si ce n'est par l'intrapreneuriat.

Une autre partie du questionnaire portait sur les croyances relatives aux entrepreneurs. Des énoncés représentant des croyances souvent véhiculées sur l'entrepreneuriat ont été présentés aux étudiants. Le tableau 4 indique la proportion d'étudiants considérant « corrects » les énoncés proposés. Selon les résultats, plus de 20% des étudiants interrogés considèrent que l'entrepreneur est un inventeur. Toutefois, près de 55% d'entre eux affirment qu'aucune de ces propositions n'est correcte. Sur cette question, il existe peu de différences dans les réponses selon les antécédents des répondants. D'une part, les étudiants de sciences appliquées croient plus fortement que l'entrepreneur est un inventeur et d'autre part, les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale sont plus nombreux à considérer l'entrepreneur comme un homme ou une femme d'action pour qui le savoir passe au second plan. Comme nous l'avons dit, dans les secteurs liés aux sciences appliquées et au génie, la création d'une entreprise repose souvent sur

⁵ Organisations à but non lucratif.

⁶ Ce choix de réponse ne faisait pas partie du questionnaire administré au groupe provenant de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine.

des travaux de recherches et développement et plusieurs entrepreneurs sont en tout premier lieu des chercheurs ayant décidé de commercialiser une innovation, expliquant pourquoi cette catégorie de répondants associe davantage l'entrepreneur à un inventeur.

Tableau 4 : Croyances diverses sur l'entrepreneuriat et proportion de répondants les considérant correctes (507 répondants), pour l'ensemble de l'échantillon et selon certains antécédents

Énoncés	Catégories	% de oui				
		Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Un entrepreneur est un homme ou une femme d'action pour qui le savoir passe au second plan</i>		12,0	13,0	15,9 *	11,9	10,7
<i>Un entrepreneur est un inventeur</i>		22,9	31,6 ***	20,7	18,4	21,8
<i>L'argent est la seule chose dont un entrepreneur a besoin</i>		4,5	6,6	3,4	4,9	3,6
<i>Aucune de ces propositions</i>		54,5	48,5	48,3	59,5	55,2

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

Comme le montrent les résultats du tableau 4, peu d'étudiants croient que l'argent est la seule chose dont un entrepreneur a besoin. Malgré tout, ils ont été 56,4% à identifier les moyens financiers comme un des principaux freins au développement de l'entrepreneuriat. Comme on peut le voir dans le tableau 5, cet élément ressort nettement plus important que le manque de soutien et d'aide (29,3%), les procédures trop complexes (24,0%), les conditions économiques défavorables (23,4%) ou encore le manque d'opportunités rentables (15,3%). Ainsi, aux yeux des étudiants, l'argent est une condition essentielle mais non suffisante pour assurer la création de son entreprise.

Tableau 5 : Principaux freins au développement de l'entrepreneuriat selon les étudiants pour l'ensemble de l'échantillon et selon certains antécédents

Freins	Catégories	% de oui				
		Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Manque d'opportunités rentables</i>		15,3	24,3 ***	11,6	12,3	14,2
<i>Manque de soutien et d'aide</i>		29,3	32,4	29,5	33,7 *	28,5
<i>Manque de moyens financiers</i>		56,4	60,3	47,9 **	59,4	54,5
<i>Procédures complexes</i>		24,0	28,7	25,3	25,1	22,5
<i>Conditions économiques défavorables</i>		23,4	27,9	22,6	28,9 **	22,5
<i>Autres</i>		7,5	5,9	11,0	7,5	7,1

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

Cependant, du côté des étudiants en sciences appliquées/génie, le manque d'opportunités rentables représentent davantage un frein à l'entrepreneuriat que pour les étudiants en administration. On peut y voir un lien avec le type d'entreprise généralement démarré dans ce secteur. Les opportunités reposent souvent sur des innovations. Il serait ainsi normal que pour eux, le manque d'opportunités soit un frein plus important.

Les étudiants originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, quant à eux, sont plus nombreux à considérer le manque de soutien et d'aide et les conditions économiques défavorables comme des freins au développement entrepreneurial. Ici, la particularité de la région de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, aux prises avec des problèmes économiques importants, explique certainement, du moins en partie, les différences. Qui plus est, certains services aux entreprises sont centralisés dans les secteurs urbains, faisant en sorte de restreindre l'accès à ces services dans les régions comme la Gaspésie et les Îles-de-la-Madeleine.

Finalement, pour les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale, le manque de moyens financiers, bien qu'il soit le principal frein à l'entrepreneuriat, est moins important que pour ceux n'en ayant pas. Le manque de moyens financiers est souvent perçu comme le principal frein à l'entrepreneuriat, même si en réalité, cet élément ne constitue pas toujours le frein majeur. Par le biais de leur expérience entrepreneuriale, les étudiants ont pu se familiariser avec les réalités de l'entrepreneuriat, les amenant peut-être à constater que le manque de moyens financiers n'est pas un frein aussi important qu'on pourrait le croire de prime abord.

Même si dans l'ensemble, les conditions économiques défavorables arrivent au 4^e rang des principaux freins au développement de l'entrepreneuriat, ce même élément constitue, pour les étudiants, un facteur d'influence important sur le développement de l'entrepreneuriat. En effet, pour eux, les conditions économiques (69%) constituent le principal facteur influençant le développement de l'entrepreneuriat. Suivent ensuite les conditions politiques (51%), le caractère des gens (47%) et une ambiance favorable pour l'innovation dans les entreprises et les institutions (46%). Le tableau 6 présente les différents résultats pour l'ensemble de l'échantillon et selon leurs antécédents.

Tableau 6 : Facteurs influençant le développement de l'entrepreneuriat pour l'ensemble de l'échantillon et selon certains antécédents

Facteurs \ Catégories	% de oui				
	Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région Rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Le caractère des gens</i>	47,4	55,9 **	55,9 **	42,5 **	50,2
<i>Les conditions politiques</i>	51,0	63,2 ***	55,9	44,6 **	44,7 ***
<i>Les conditions économiques</i>	69,3	69,1	64,1	73,7	67,2
<i>Le système éducatif</i>	30,9	36,8 *	33,8	31,2	30,0
<i>Une ambiance favorable pour l'innovation dans les entreprises et les institutions</i>	46,2	53,7 **	50,3	41,4 *	45,8
<i>Le système de support</i>	35,4	39,0	35,9	38,2	33,6

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

Les différences significatives sont principalement associées au domaine d'étude et au milieu d'origine des étudiants. Les conditions économiques, les conditions politiques et une ambiance favorable à l'innovation dans les entreprises et les institutions sont davantage considérées comme des facteurs influençant le développement entrepreneurial par les étudiants en sciences appliquées et en génie. Dans les secteurs de haute technologie, l'optique photonique par exemple, le développement de nouvelles entreprises peut être particulièrement favorisé par des politiques nationales d'innovation. On peut ainsi comprendre en partie les perceptions et croyances des étudiants de sciences appliquées concernant les facteurs de développement de l'entrepreneuriat. Au contraire, pour les étudiants originaires d'un milieu rural, ces deux derniers facteurs, bien qu'importants, sont moins forts que pour les étudiants du reste du Québec.

Finalement, on constate que les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale accordent plus d'importance au caractère des gens comme facteur d'influence sur le développement entrepreneurial et que ceux dont un des membres de la famille est entrepreneur donnent moins d'importance aux conditions politiques que les autres.

À savoir si les cours universitaires développent l'esprit d'entreprise chez les étudiants, ils ne sont que 36% à l'affirmer. Même en retranchant le groupe d'étudiants collégiaux, qui connaissent probablement mal les cours offerts à l'université, le pourcentage demeure faible à 32%. Pourtant, ils sont 91% à croire que certaines activités académiques pourraient favoriser le développement

de l'entrepreneuriat chez les étudiants. Globalement, le milieu universitaire n'est pas perçu comme un milieu encourageant et stimulant l'esprit d'entreprise chez les étudiants, même si les étudiants conviennent qu'il est possible de le développer par le biais de certaines activités académiques.

Plus spécifiquement, seulement 28,4% des étudiants de sciences appliquées/génie croient que les cours dispensés à l'université développent l'esprit d'entreprise, contre 72% chez les étudiants en administration ($p = 0,000$). Même en retranchant les étudiants collégiaux, cette différence demeure. Il est vrai que les étudiants en administration sont plus sujets à aborder des thèmes reliés à l'entrepreneuriat et à la PME ou encore à se familiariser avec les plans d'affaires. On constate aussi que les étudiants originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine sont significativement moins nombreux à croire que les cours dispensés à l'université développent l'esprit d'entreprise.

3.2. LES ASPIRATIONS PROFESSIONNELLES, LES INTENTIONS ET LA PREVALENCE

Du côté de leurs aspirations professionnelles, les étudiants montrent un fort intérêt pour la PME. Près de 60% souhaiteraient y faire carrière ; 45,5% opteraient plutôt pour la grande entreprise, 27,6% pour le secteur public et finalement 12,4% pour une organisation à but non lucratif.

Les choix de réponses à cette question étaient multiples : un étudiant pouvait dire vouloir faire carrière dans une grande entreprise ET dans une petite et moyenne entreprise. Près de 68% des répondants ont cependant identifié un choix unique. Chez ces derniers, la PME demeurent toujours en tête, 46,4% disant vouloir y faire carrière, suivi pour les autres, de la grande entreprise (35,4%), du secteur public (13%) et d'une OBNL (5,2%). Le tableau 4 présente le détail des résultats.

Tableau 7 : Aspirations professionnelles des étudiants

Voudriez-vous faire carrière dans :	Tous les répondants	Une réponse seulement
<i>Une petite ou moyenne entreprise</i>	59,3%	46,5%
<i>Une grande entreprise</i>	45,5%	35,4%
<i>Le secteur public</i>	27,6%	13,0%
<i>Une organisation à but non lucratif</i>	12,4%	5,2%

Les aspirations varient légèrement selon les antécédents des répondants. Par exemple, comme le montre le tableau 8, une plus forte proportion d'étudiants en sciences appliquées disant souhaiter faire carrière dans une petite ou une moyenne entreprise ou encore dans une organisation à but non lucratif.

Tableau 8 : Aspirations professionnelles des étudiants selon leurs antécédents

Types d'entreprises \ Catégories	% de oui				
	Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Une grande entreprise</i>	45,5%	51,5	41,4	36,6 ***	44,4
<i>Une petite ou moyenne entreprise</i>	59,3%	74,3 ***	58,9	60,8	62,3
<i>Le secteur public</i>	27,6%	31,6	20,5 **	37,1 ***	22,6 **
<i>Une organisation à but non lucratif</i>	12,4%	14,0 **	15,1	15,1	10,7

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

Aussi, les étudiants originaires d'un milieu rural sont plus fortement attirés par la carrière dans le secteur public et au contraire, moins fortement par la grande entreprise. Le contexte particulier de la région de la Gaspésie et les Iles-de-la-Madeleine explique peut-être en partie cette différence. La disparition au cours des dernières années de plusieurs grandes entreprises dans la région, ayant entraîné de nombreuses pertes d'emplois, peut expliquer pourquoi les jeunes étudiants aspirent moins y faire carrière. Il est aussi possible que cette même situation soit à la base d'une attirance particulière pour le secteur public. La précarité d'emploi provoquée par ces mêmes fermetures a pu amener les jeunes de cette région à rechercher davantage de sécurité d'emploi, souvent associée au secteur public.

Contrairement aux étudiants originaires de la Gaspésie et des Iles-de-la-Madeleine, les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale ou encore ceux dont au moins un des parents est entrepreneur convoitent moins la carrière dans le secteur public. Influencés par leur expérience, il est possible que ces étudiants soient moins attirés par un secteur perçu comme valorisant peu l'esprit d'entreprise, l'indépendance et l'autonomie.

Presque le tiers des étudiants dit avoir démarré, pendant ses études, une activité, une organisation, une association ou encore une entreprise, tant à l'université qu'à l'extérieur. De plus, comme le montre le tableau 9, près de 60% des étudiants interrogés ont dit avoir l'intention de démarrer une entreprise, à court, moyen ou long terme, c'est-à-dire pendant, juste après ou longtemps après leurs études. Ces résultats rejoignent les résultats de Filion *et al.* (2002) selon lesquels 57,7% des

étudiants universitaires québécois manifestent l'intention de démarrer une entreprise. Il est possible que ces résultats élevés (près de 60%) soient en partie attribuables à la formulation de la question. Telle que formulée, elle demandait aux étudiants s'ils songeaient à démarrer éventuellement leur entreprise ou travailler à leur compte. Bien que traduisant une intention, la réponse à une telle question n'implique pas nécessairement un engagement sérieux de la part de l'étudiant. Il aurait été intéressant d'interroger les étudiants sur les efforts consentis dans le but de démarrer cette éventuelle entreprise. Malgré tout, les résultats montrent un net intérêt de la part des étudiants pour la carrière entrepreneuriale.

Tableau 9 : Intentions entrepreneuriales des étudiants selon leurs antécédents

Songez-vous à démarrer éventuellement votre entreprise ou travaillez à votre compte?	Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Oui</i>	57,5%	61,0%	66,2% **	52,4% *	61,1% *
<i>Pendant les études</i>	10,3%	11,2%	24,3% ***	3,9% ***	12,6%
<i>Juste après l'obtention du diplôme</i>	24,8%	26,1%	34,3% ***	18,8% **	27,8% *
<i>Longtemps après l'obtention du diplôme</i>	44,6%	53,4% **	50,7%	44,8%	50,0%

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

Les étudiants interrogés avaient la possibilité de sélectionner plus d'un choix de réponses. La plupart d'entre eux, soit près de 70%, a dit songer à démarrer une entreprise longtemps après l'obtention de leur diplôme (52,1%) ou encore juste après ou longtemps après l'obtention du diplôme (16,6%). Seuls 10,3% affirment avoir l'intention de démarrer une entreprise à plus court terme, soit pendant leurs études.

Globalement, on constate des différences importantes au niveau des intentions entrepreneuriales en fonction des antécédents des étudiants. Comme le montre le tableau 9, trois des quatre variables « antécédents » font ressortir des différences importantes : l'expérience entrepreneuriale, le milieu d'origine et la présence d'un entrepreneur dans la famille.

On peut voir que les étudiants originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine sont, de façon significative, moins nombreux à avoir l'intention de démarrer une entreprise. Cette différence est particulièrement frappante à court terme. Seuls 3,9% des étudiants originaires de cette région songent à démarrer une entreprise pendant leurs études, contre 14% pour le reste du Québec. Toutefois, cette différence marquée s'explique notamment par le fait que l'échantillon de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine est celui où l'on retrouve la grande majorité des

étudiants de niveau collégial⁷; ces étudiants étant plus jeunes, il serait normal qu'ils songent à la création d'une entreprise à plus long terme.

L'expérience entrepreneuriale est aussi une variable faisant ressortir des différences importantes. Les résultats montrent que les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale sont beaucoup plus nombreux à songer démarrer une entreprise ou à se lancer à leur compte. Ces différences sont particulièrement marquées pour un démarrage pendant et juste après les études.

Les autres comparaisons font ressortir qu'à long terme, c'est-à-dire longtemps après l'obtention du diplôme, les étudiants du domaine des sciences appliquées et de génie sont plus nombreux à songer démarrer une entreprise. Aussi, les étudiants jouissant de la présence d'un entrepreneur dans la famille songent davantage à créer une entreprise que ceux n'ayant pas d'entrepreneurs dans leur entourage.

3.3. TRAITS DE PERSONNALITE, ATTITUDES ET MOTIVATIONS

Environ 15% des étudiants disent être des entrepreneurs nés. Ils sont aussi 62% à dire s'imposer des tâches difficiles et ambitieuses et 59% à se dire prêts à prendre des risques pour parvenir à un statut professionnel élevé. Finalement, 62% considèrent être des personnes entreprenantes. D'ailleurs, au total, ils sont tout près de 35% à affirmer à la fois être prêts à prendre des risques, à dire s'imposer des tâches difficiles et ambitieuses et croire être des personnes entreprenantes, des caractéristiques souvent associés au profil des entrepreneurs (Gasse et D'Amours, 2000).

Les comparaisons ont permis de constater des différences importantes selon les antécédents des individus, notamment selon l'expérience en entrepreneuriat et la présence d'un entrepreneur dans la famille proche. Le tableau 10 reprend les différents résultats pour l'échantillon et en fonction des antécédents. Selon les résultats obtenus, les étudiants ayant une expérience en entrepreneuriat disent davantage s'imposer des tâches difficiles et ambitieuses, être des personnes entreprenantes ou des « entrepreneurs nés ». Dans le cas de cette catégorie d'étudiants, on peut penser que le fait d'être des « entrepreneurs nés » les ait menés vers l'entrepreneuriat. Au contraire, cependant, on pourrait plutôt croire que l'expérience entrepreneuriale vécue a modifié la perception qu'ils ont de leur capacité. Le seul moyen de le savoir serait de faire une étude mesurant cette question avant et après l'acquisition d'une telle expérience.

⁷ 151 des 198 répondants de niveau collégial sont originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Maldeleine.

Tableau 10 : Réponses aux questions relatives aux traits de personnalité et aux attitudes pour l'ensemble de l'échantillon et selon les antécédents

Énoncés	Catégories	% de oui				
		Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Seriez-vous prêt à prendre des risques pour parvenir à un statut social élevé?</i>		59,8	61,0	65,7	55,6	62,5
<i>Vous imposez-vous des tâches difficiles et ambitieuses?</i>		61,8	55,6	75,3 ***	57,5	66,0
<i>Pensez-vous être une personne entrepreneur?</i>		61,8	59,3	76,7 ***	58,8	67,9 ***
<i>Je suis un entrepreneur né</i>		14,7	13,2	26,9 ***	14,9	18,3 **

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

Toujours selon les résultats du tableau 10, les étudiants dont un des membres de la famille est entrepreneur sont aussi plus enclins à se considérer des personnes entrepreneurantes et des entrepreneurs nés. Quant aux autres antécédents ne permettent pas de faire de distinctions significatives.

Dans une grande proportion, les répondants se considèrent créatifs (voir tableau 11). Ils disent aussi fortement apprécier l'indépendance et la confiance en soi associées à la création d'entreprise. Encore une fois, les antécédents amènent des distinctions intéressantes. Les étudiants originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine se disent moins créatifs que les autres. Quant à eux, les étudiants dont un membre de la famille est entrepreneur et ceux ayant de l'expérience entrepreneuriale se disent plus créatifs que les autres et disent davantage apprécier l'indépendance et la confiance en soi que procure la création d'entreprise. Ces résultats tendent à confirmer l'impact des modèles et de l'expérience sur la perception de faisabilité des étudiants (Shapero et Sokol, 1982 ; Van Auken et al., 2006). En effet, à la lumière des résultats, la présence d'expérience entrepreneuriale et d'un modèle d'entrepreneur dans les antécédents des étudiants semblent affecter positivement la perception qu'ils ont de leur capacité à entreprendre.

Tableau 11: Réponses obtenues aux questions relatives à la créativité et à l'indépendance

Je suis en général créatif(ve)						
Échelle	Total		Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
Pas du tout d'accord-1	0,6%	3,25 (moyenne sur 4)	3,21	3,45***	3,17	3,30*
Pas d'accord-2	5,9%					
D'accord-3	61,2%					
Complètement d'accord-4	32,3%					
Dans la création d'entreprise, j'apprécie l'indépendance et la confiance en soi						
Échelle	Total		Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
Pas du tout d'accord-1	1,6%	3,20 (moyenne sur 4)	3,26	3,30**	3,14	3,27**
Pas d'accord-2	10,4%					
D'accord-3	53,6%					
Complètement d'accord-4	34,0%					

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

Finalement, quant aux motivations à créer une entreprise ou être à son compte, 60% des répondants ont mentionné parmi leur choix la réalisation personnelle. Le détail des réponses est présenté dans le tableau 12. Il existe peu de nuances entre les différents groupes, sinon que les étudiants de sciences appliquées semblent davantage motivés par la réalisation personnelle. De leur côté, les étudiants ayant une expérience entrepreneuriale sont moins motivés par le fait d'être leur propre patron que les autres.

Tableau 12 : Motivations à créer une entreprise ou être à son compte pour l'ensemble de l'échantillon et selon les antécédents

Énoncés	Catégories	% de oui				
		Total	Sciences appliquées	Expérience entrepreneuriale	Région rurale	Entrepreneur dans la famille
<i>Relever un défi</i>		50,3	51,9	50,0	49,2	48,6
<i>Réalisation personnelle</i>		66,8	78,7***	69,9	63,6	65,6
<i>Faire de l'argent</i>		32,6	32,8	28,8	29,4	35,6
<i>Être mon propre patron</i>		46,8	46,9	37,0 ****	49,7	46,2

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

4. DISCUSSION ET CONCLUSION

Les résultats présentés dans cette communication ont été obtenus dans le cadre d'une étude cherchant à mieux comprendre les croyances, attitudes, perceptions et intentions des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat et l'impact que peuvent avoir les antécédents sur ces dernières. Dans le cadre de ce projet, quatre antécédents ont été retenus : le domaine d'études, l'expérience entrepreneuriale antérieure, le milieu d'origine et la présence d'entrepreneur dans la famille. D'abord, les résultats ont permis de dépeindre un portrait des étudiants mais surtout de documenter l'impact des antécédents sur leurs croyances, attitudes, perceptions et intentions entrepreneuriales, un objet encore peu traité dans les travaux actuels.

4.1. PORTRAIT DES ETUDIANTS

De façon générale, les étudiants ne limitent pas l'esprit d'entreprise à la création de leur propre entreprise, mais l'associent à tout ce qui a trait à la création ou à la gestion d'un projet, d'une entreprise ou d'une activité. Ils ne limitent pas non plus l'esprit d'entreprise à la PME ou la coopérative mais conçoivent qu'il puisse être développé dans d'autres milieux comme les grandes entreprises ou même le secteur public. Le manque de moyens financiers est nettement perçu par les étudiants comme le principal frein à l'entrepreneuriat. Les conditions économiques d'un milieu représentent aussi l'un des facteurs influençant le plus le développement de l'entrepreneuriat. Toutefois, les résultats montrent que les étudiants identifient d'autres facteurs ayant un impact important sur l'entrepreneuriat, notamment les conditions politiques, le caractère des gens et l'ambiance favorable à l'innovation.

En ce qui a trait aux intentions entrepreneuriales, les résultats sont venus corroborer d'autres études réalisées auprès d'étudiants universitaires (Filion *et al.*, 2000 ; Audet, 2004). On constate notamment que plus de la moitié des étudiants manifestent des intentions de créer une entreprise, la plupart dans un avenir à long terme, c'est-à-dire longtemps après l'obtention de leur diplôme. Quant aux aspirations professionnelles, les étudiants présentent un fort intérêt pour la carrière dans une PME, suivie de la grande entreprise.

Finalement, on constate que plus du tiers des répondants s'attribuent un ensemble de traits de personnalité généralement associé aux entrepreneurs. Toutefois, à peine 15% se considèrent des entrepreneurs nés. Dans l'ensemble, les motivations des étudiants à créer une entreprise sont la possibilité de relever un défi et la réalisation personnelle.

4.2. CONFIRMATION DE L'IMPACT DES ANTECEDENTS

Dans l'ensemble, les analyses réalisées ont permis de confirmer l'impact des antécédents sur les croyances, perceptions et intentions des étudiants universitaires face à l'entrepreneuriat. Les différents résultats appuient l'importance des modèles et de l'expérience entrepreneuriale, particulièrement leur impact sur la perception que les individus ont d'eux-mêmes quant à leur capacité d'entreprendre. Ces conclusions appuient les propos de Van Auken, Fry et Stephens (2006), ces derniers affirmant que les modèles peuvent susciter le désir des individus de créer une entreprise et augmenter la perception de leur capacité à le faire.

Cette étude confirme l'importance du domaine d'étude, plus particulièrement son influence sur les croyances relatives à l'entrepreneuriat. On constate des nuances dans les croyances des étudiants en sciences appliquées/génie par rapport aux étudiants d'administration. Le concept d'entrepreneur et d'esprit d'entreprise, de même que la perception du risque ne sont pas fixes. Selon le domaine d'étude, les réalités entrepreneuriales varient et influencent les croyances des étudiants à cet égard. De plus, aux yeux des étudiants de ce domaine, les cours dispensés permettent peu de développer l'esprit d'entreprise. Il serait donc souhaitable que ces étudiants aient un plus grand accès à l'entrepreneuriat dans le cadre de leur formation, ou du moins que les méthodes utilisées leur permettent de développer davantage leur esprit d'entreprise.

Le milieu d'origine des étudiants semble avoir une certaine influence sur leurs croyances relatives aux freins et aux facteurs influençant le développement de l'entrepreneuriat. Les aspirations professionnelles varient aussi selon le milieu d'origine. De plus en plus d'études s'intéressent à la relation entre les aspects de la culture et le comportement entrepreneurial (Busenitz, Gomez et Spencer, 2000 ; Davidsson, 1995a ; Huisman, 1985 ; Lee et Peterson, 2000 ; McGrath et MacMillan, 1992 ; Mueller et Thomas, 2000 ; Tiessen, 1997 ; Wennekers, Noorderhaven, Hofstede et Thurik, 2002). Or, les différences culturelles apparaissent non seulement entre les pays, mais se font aussi sentir entre les régions d'un même pays, d'une même province. En ce sens, les résultats laissent croire que la situation particulière de la région de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine influence les croyances sur l'entrepreneuriat des jeunes qui y sont originaires. Il ne s'agit là cependant que d'une piste qui mérite d'être approfondie.

Finalement, les résultats montrent que les intentions entrepreneuriales varient aussi passablement selon les antécédents. Particulièrement l'expérience entrepreneuriale, qui semble amener les étudiants à vouloir concrétiser leurs intentions à plus court terme. Nous avons aussi constaté que

les étudiants provenant d'un milieu rural semblent présenter des intentions moins fortes. Qui plus est, leurs croyances et perceptions diffèrent aussi. Par exemple, le manque de soutien et de support est un frein important à l'entrepreneuriat selon les étudiants de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine. Sachant cela, il faudrait peut-être veiller à faire connaître davantage les services offerts et les différentes possibilités offerts en région.

Selon les résultats obtenus, il devient aussi important pour les milieux d'enseignement post-secondaires (collégiaux et universitaires) de donner la possibilité à leurs étudiants de participer à des projets entrepreneuriaux, de leur faire vivre une expérience entrepreneuriale. D'une part, l'expérience entrepreneuriale ressort comme un facteur pouvant influencer les croyances et perceptions et les intentions entrepreneuriales. Qui plus est, en offrant davantage accès à l'entrepreneuriat dans les milieux de formation, et ce aux étudiants de tous les domaines d'études, il serait peut-être possible de modifier la perception que les étudiants ont en permettant à ces milieux de contribuer davantage au développement entrepreneurial.

4.3. LIMITES DE L'ETUDE

Pour conclure, nous nous devons de revenir sur les limites d'une telle étude. D'abord, les variables pouvant influencer les intentions entrepreneuriales sont nombreuses et variées. Or, dans le cadre de cette étude, pour éviter de devoir administrer un questionnaire trop complexe et trop long, il a été nécessaire de procéder à une sélection des variables, limitant par le fait même la portée explicative des résultats. De plus, comme nous l'avons mentionné précédemment, la collecte de données a été réalisée en deux vagues. La première auprès d'étudiants universitaires en génie et en administration de l'Université Laval. La seconde auprès d'étudiants universitaires et collégiaux de différents domaines, originaires de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, étudiant pour la plupart à l'Université du Québec à Rimouski ou au Cégep de la Gaspésie et des Îles. Il est donc possible que les résultats aient été biaisés. Par exemple, on constate une différence à la question « Est-ce que les cours dispensés à l'université favorisent le développement de l'esprit d'entreprise » selon le milieu d'origine. Dans ce cas-ci, il est plus probable que la différence soit attribuable à l'institution dans laquelle étudient les répondants et non au milieu d'origine. Finalement, les données ont été collectées en deux vagues : une première au mois de février et une seconde au mois de juin. Certains étudiants ont pu suivre des activités ou réaliser des projets scolaires (stages, cours en entrepreneuriat) ayant modifié leurs croyances

en cours de route. Pour cette raison, il est possible qu'un biais existe dans les réponses des deux sous-groupes.

Il n'en demeure pas moins que cette étude, réalisée auprès de 509 étudiants universitaires et collégiaux du Québec, offrent des résultats intéressants. Elle a permis non seulement de dresser un meilleur portrait des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat, mais surtout de constater l'impact indéniable de leurs antécédents sur leurs croyances, attitudes et intentions par rapport à l'entrepreneuriat. En ce sens, les résultats confirment entre autres l'importance d'offrir à ces derniers l'occasion d'expérimenter l'entrepreneuriat dans leur formation, quel que soit le domaine, et de leur offrir davantage accès à des modèles entrepreneuriaux.

RÉFÉRENCES

- Acs, Z. J. et C. Armington (2002), Entrepreneurial activity and economic growth, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College: Wellesley, Mass.
- Arenius, P. et M. Minniti (2005), Perceptual variables and nascent entrepreneurship, *Small business economics*, 24, 233-247.
- Ajzen, I. (1991), The theory of planned behaviour, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (1987): Attitudes, traits and Actions: dispositional predictions of behavior in Personality and Social Psychology, in L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, New-York, 20, 1-63.
- Ajzen, I. et M. Fishbein (1980), Understanding attitudes and predicting social behavior, Englewoods Cliffs : Prentice Hall, 430 p.
- Audet, J. (2001), Two pedagogical approaches to entrepreneurship education using an intention-based model of venture creation, *Congrès annuel du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat*, Québec, octobre.
- Audet, J. (2004), L'impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. *Journal des petites entreprises et de l'entrepreneuriat (JSBE)*, 10 :1-2, 3-16.
- Audet, J., N. Riverin et M. Tremblay (2005), L'influence de la culture d'un pays sur la propension entrepreneuriale de ses citoyens : Le cas du Canada, *Congrès annuel du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat*, octobre, Waterloo.
- Autio, E., R.H. Keeley, M. Klofsten, T. Ulfstedt (1997), Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College: Wellesley, Mass.
- Birch, D. (1987). *Job creation in America*. New York: The Free Press.
- Bird, B.J. (1988). « Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention », *Academy of Management Review*, vol. 13: 3, 442-453
- Boissin, J.P. et S. Emin (2006), Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations, *Conférence Internationale de management stratégique, Annecy/Genève*, juin 2006.

- Boyd, N.G. et G.S. Vozikis. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 63-77.
- Busenitz, L.W., C. Gomez et J. W.Spencer (2000), Country institutional profiles : unlocking entrepreneurial phenomena, *Academy of Management Journal*, 43:5, 994-1003.
- Carroll, G. Et E. Mozakowski (1987), The career dynamics of self-employment. *Administrative Science Quarterly*, 32, 570-589.
- Davidsson, P. (1995a), Culture, Structure and regional levels of entrepreneurship, *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, 41-62.
- Davidsson, P. (1995b), Determinants of entrepreneurial intentions, *RENT IX Workshop in Entrepreneurship Research*. Piacenza, Italie. 23-24 Novembre.
- Dyer, W. (1994), Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19:2, 7-22.
- Fayolle, A., B. Gailly et N. Lassas-Clerc (2006), Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology, *Journal of European Industrial Training*, 30:9, 701-720.
- Filion, L-J. , D. L'Heureux, C. Kadji-Youleau et F. Bellavance (2002), L'entrepreneuriat comme carrière potentielle : comparaison entre des étudiants d'administration et d'ingénierie. *Conférence annuelle du Conseil Canadien de la PME et de l'entrepreneuriat (CCPME)*, Halifax, 14-16 Juin.
- Franke, N. et C. Lüthje (2004), Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1:3, 269-288.
- Franke, N. et C. Lüthje (2003), The 'Making' of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Engineering Students at MIT, *R&D Management*, 33:2, 135-146.
- Gasse, Y. et M. Tremblay (2006), Entrepreneurship among Canadian Students: Empirical Study in Relation to the Entrepreneurial Potential. In A. Fayolle et H. Klandt (dir.). *International and Entrepreneurship Education, Issues and newness*. MA, USA: Edward Elgar, 241-262.
- Gasse, Y. et A. D'Amours (2000), *Profession : Entrepreneur*. Montréal : Transcontinental.
- Hornaday, J. et J. Aboud (1971), Characteristics of successful entrepreneurs, *Personnel Psychology*, 24: 141-153.
- Huisman, D. (1985), Entrepreneurship: Economic and cultural influences on the entrepreneurial climate, *European Research*, 13 :4, 10-17.
- Julien, P.A. (2004), *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance. Une métaphore des romans policiers*, Québec, Presses de l'Université du Québec, Collection PME et entrepreneuriat, 395 p.
- Kolvereid, L. (1996), Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20:3, 47-56.
- Kolvereid, L. Et Ø. Moen (1997), Entrepreneurship among business graduates : does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European industrial training*, 21:4, 154-160
- Krueger, N. (1993), The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 18:1, 5-21.
- Krueger, N. et D. Brazeal (1994), Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18:3, 91-104.
- Krueger, N. et C.V. Carsrud (1993). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 18:3,91-104.

- Krueger, N. F., M.D. Reilly et A.L.Carsrud (2000), Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432
- Kuratko, D., J. Hornsby et D. Naffziger (1997), An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of Small business Management*, 35:1, 24-33.
- Lee, S. et S.J. Peterson (2000), Culture, Entrepreneurial orientation and global competitiveness, *Journal of World Business*, 35:4, 401-416.
- Matthews, C. et S.B. Moser (1995). Family background and gender: Implications for interest in small firm Ownership, *Entrepreneurship and Regional Development*, 7: 4.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand
- McGrath, R.G. et I.C. MacMillan (1992), More like each other than anyone else? Cross-cultural study of entrepreneurial perceptions, *Journal of Business Venturing*, 7:5, 419-429.
- Moreau, R. et B. Raveleau (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale, *Revue internationale PME*, 19 :2, 102-131.
- Mueller, S.L. et A.S. Thomas (2000), Culture and entrepreneurial potential : a nine country study of locus of control and innovativeness,. *Journal of Business Venturing*, 16, 51-75.
- OCDE (1998). *Stimuler l'esprit d'entreprise*. Paris: OCDE.
- Peterman, N.E et J. Kennedy (2003), Enterprise Education: Influencing Student's Perceptions of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28:2, 129-144.
- Reitan, B. (1996), Entrepreneurial intentions: A combined models approach, *9th Nordic Small Business Research Conference*. Lillehammer, Norvège, 29 mai au 3 juin.
- Reynolds, P. D., D.J. Storey et P. Westhead (1994), *Regional characteristics affecting entrepreneurship: A cross-national comparison*, Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College:Wellesley, Mass.
- Shapero, A. et L. Sokol (1982), The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton et K. Vesper (dir.) *The encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 72-90.
- Scherer, R., J. Adams, S. Carley et F. Wiebe (1989), Role model performance effects on development of entrepreneurial career preferences. *Entrepreneurship Theory and practice*, 13:3, 53-71.
- Scott, M.G. et Twoney, D.F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: student's career aspirations in relations to entrepreneurship, *Journal of small business management*, 26:4, 5-13.
- Schwarz, E.J., Almer-Jarz, D.A., et M.A. Wdowiak. (2006) A Structural Model of Entrepreneurial Intent among Students: Findings from Austria. In Urbano, D. *Diversity in Entrepreneurship (3rd Inter RENT 2006, Best Papers)*, Turku: European Council of Small Business and Entrepreneurship, 29-44
- Stoner, C.R. et F.L. Fry (1982), The entrepreneurial decision: dissatisfaction or opportunity, *Journal of Small Business Management*, 20:2, 39-43
- Tchakev, A. et L. Kolvereid (1999), Motivation structure and entrepreneurial intentions, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College:Wellesley, Mass.
- Tiessen, J.H. (1997), Individualism, collectivism, and entrepreneurship: a framework for international comparative research, *Journal of Business Venturing*, 12, 367-384.
- Van Auken, H., F. Fry et P. Stephens (2006), The Influence of role models on entrepreneurial intentions, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(2), 157-167.
- Wennekers, S., N. Noorderhaven, G. Hofstede, A.R. Thurik (2002), Cultural and economic determinants of business ownership across countries, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College:Wellesley, Mass.

ANNEXE A

Motivations	Indépendance et autonomie	Dans la création d'entreprise, j'apprécie l'indépendance et la confiance en soi ?	Échelle de 4 points
	Défi	Quelle(s) seraie(nt) la (es) motivation(s) principale(s) pour créer votre entreprise ou être à votre compte ?	4 choix de réponse ; possibilité de plusieurs choix.
	Réalisation personnelle		
	Argent		
Croyances et perceptions	Esprit d'entreprise	À quoi associez-vous l'esprit d'entreprise ?	7 possibilités et « autres » ; possibilité de plusieurs choix.
		Pensez-vous que l'esprit d'entreprise puisse être développée dans :	- Les grandes entreprises - Le secteur public - Les organisations à but non-lucratif
	Entrepreneur	Parmi les propositions suivantes, indiquez celle(s) qui vous semble(nt) correcte(s) ?	7 propositions et « autres » ; possibilité de plusieurs choix.
	Impact des cours universitaires	D'après vous, est-ce que certaines activités académiques pourraient favoriser le développement de l'entrepreneuriat chez les étudiants ?	Oui/non/difficile à dire
		Pensez-vous que les cours à l'université développent l'esprit d'entreprise chez les étudiants ?	Oui/non/difficile à dire
	Freins à l'entrepreneuriat	Selon vous, quel est le principal frein au développement de l'entrepreneuriat ?	5 choix de réponses et « autres » ; possibilité de plusieurs choix.
	Facteurs d'influence sur l'entrepreneuriat	Quel(s) facteur(s), selon vous, influence(nt) le développement de l'entrepreneuriat dans l'économie mondiale ?	6 choix de réponse ; possibilité de plusieurs choix.
Attitudes et traits de personnalité	Créativité et changement	Je suis en général créatif, plein d'idées et ouvert au changement ?	Echelle de 4 points
	Ambition	Vous imposez-vous des tâches difficiles et ambitieuses ?	Oui/non/difficile à dire
	Risque	Seriez-vous prêt à prendre un certain risque pour parvenir à un statut social et professionnel élevé ?	Oui/non/difficile à dire
	Esprit d'entreprise	Pensez-vous être une personne entreprenante ?	Oui/non/difficile à dire
Aspirations professionnelles		Voudriez-vous faire carrière dans :	- Petite ou moyenne entreprise - Grande entreprise - Secteur public - Organisation à but non-lucratif
Intention		Songez-vous à démarrer éventuellement votre entreprise ou travailler à votre compte ?	- Pendant les études - Juste après l'obtention du diplôme - Longtemps après l'obtention du diplôme

Antécédents	Domaine d'études		- Gestion/administration/management - Sciences appliquées/sciences et technologie/ génie - Autres
	Milieu d'origine		Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine Ailleurs au Québec
	Modèles entrepreneuriaux	Est-ce que l'un des membres de votre famille possède sa propre entreprise ?	Oui/non
	Expérience entrepreneuriale	Durant vos études, avez-vous démarré une activité, une organisation, une association ou une entreprise ?	Oui/non
Profil	Age		Moins de 21 ans Entre 21 et 24 ans Plus de 24 ans
	Genre		Féminin Masculin
	Niveau d'études		Baccalauréat (Licence) Maîtrise (Master) Doctorat
	Expérience professionnelle	Avez-vous une expérience professionnelle ?	Non Oui, travail temporaire, saisonnier Oui, en entreprise Autre