

# Proposition d'un modèle d'intention : validation empirique dans un contexte tunisien

Amari Farouk <sup>#1</sup>, Boudabbous Sami <sup>\*2</sup>

*#Management, laboratoire Gouvernance, finance et comptabilité, Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax route d'aéroport km04Sfax  
amarifarouk@hotmail.fr*

**Abstract**— Cet article vise à préciser la position de notre recherche dans le champ de l'entrepreneuriat. La création de nouveau projet est un acte humain qui prend naissance au sein d'un mode de construction processuelle. Plusieurs chercheurs dans le monde de la gestion ont tenté d'expliquer les fondements de la causalité qui conduira les individus à suivre un trajet qui le rend entrepreneur. En nous inscrivant dans cette axe de recherche, une revue de la littérature bien positionnée nous a convaincu que, pour appréhender l'acte d'entreprendre, il est important d'exposer et de développer l'intention entrepreneuriale, par intermédiation des facteurs individuels, environnementaux et économiques.

**Keywords**—Intention-Facteurs individuels- Facteurs environnementaux- Facteurs économiques

## I. INTRODUCTION

De nombreux chercheurs ont récemment pris en considération la force de petites entreprises et de l'entrepreneuriat en particulier en tant qu'instrument de principale planification pour pouvoir battre l'obstacle du chômage afin de parvenir à l'accroissement des économies régionales et nationales. L'entrepreneuriat est l'une des solutions tactiques afin de pouvoir garantir un minimum de postes et d'acquérir des fortunes à une nation. Ainsi, l'entrepreneur, révèle essentiel à l'égard de la théorie Schumpétérienne, il est observé en tant que personne créatrice et réactrice de l'accroissement et de la croissance économique. Partant de là, de nombreux pays affirment que l'incitation à la création des affaires s'agit d'une voie tactique remarquable afin de développer de façon continue le système entrepreneurial, afin de pouvoir se débarrasser de la difficulté du chômage et afin de combattre la pauvreté.

Entreprendre, comme étant une décision professionnelle définitive revient à dire travailler dans son affaire au contraire au fait de travailler chez les autres dans une entreprise déjà

persistante. Ceci peut être effectué à travers l'élaboration d'un nouveau projet par la réalisation d'une nouvelle idée d'entreprise qui est la mienne ou bien par la reprise d'entreprise qui existe d'avance mais cause d'un problème s'est fermée.

Kruger (1993 : 1994) certifie récemment, que les études sur l'entrepreneuriat sont penchées significativement sur le thème de l'intention d'entreprendre. Ajzen (1991) admet que les intentions représentent l'ensemble des facteurs de motivation qui agissent sur le comportement que ce soit directement ou bien l'inverse, il les observe en tant que dénonciateurs de la manière dont les personnes veulent se manifester à l'égard d'une condition bien déterminée. De même, l'intention est considérée aussi en tant que l'antécédent direct de l'acte entrepreneurial (Ajzen, 1991).

Par ailleurs, dans le cas où nous voudrions répondre à la question pourquoi les jeunes diplômés se lancent dans des affaires ou bien ne se lancent pas, nous devons surtout nous intéresser à leurs intentions entrepreneuriales. En d'autres termes, quels sont les déterminants de l'intention entrepreneuriale ? Comment ces déterminants s'articulent-ils entre eux pour former l'intention ?

Pour mieux comprendre les déterminants de l'intention entrepreneuriale nous allons les décomposer en facteurs individuels, facteurs environnementaux et facteurs économiques.

## II. ÉPISTÉMOLOGIE DE LA RECHERCHE

La création de nouveau projet est un acte humain qui prend naissance au sein d'un mode de construction processuelle. Plusieurs chercheurs dans le monde de la gestion ont tenté d'expliquer les fondements de la causalité qui conduira les individus à suivre un trajet qui le rend entrepreneur. En nous inscrivant dans cette axe de recherche, une revue de la littérature bien positionnée nous a convaincu que, pour appréhender l'acte d'entreprendre, il est important d'exposer et de développer l'intention entrepreneuriale, par

intermédiation des facteurs individuels, environnementaux et économiques.

Finalement nous pouvons mentionner que notre recherche est en rapport, avec l'histoire du chercheur.

Construire le thème et le concept de recherche, c'est d'apercevoir, à l'intérieur de notre société, des déterminants de l'intention liés par un système de relations propres au phénomène étudié.

En se basant sur les travaux de Dépelteau (2010), nous évoquons trois importantes approches scientifiques qui sont les suivantes : l'induction, la déduction et l'approche hypothético-déductive.

Certes, la méthode inductive nommée de même « induction » incite à déduire des textes communs à travers des travaux pratiques stricts et ordonnés. Le théoricien examine les faits, sans avoir un avis préétabli, en tentant à collaborer tout ses sentiments afin de former des notions, des hypothèses, des méthodes ou des régularités. Cette approche est tout simplement empirique.

Cependant, la méthode déductive dite « déduction » se fonde sur la logique et non pas sur les sentiments et l'expérience. Sur la base de ses consciences établies sur la base d'un savoir, le théoricien infère de nouvelles déclarations qui présentent la conséquence de ce travail. La méthode déductive se repose sur l'argumentation et se diffère de l'empirisme en tant qu'origine de connaissance.

Ainsi pour la démarche hypothético-déductive, elle présente la méthode la plus fréquemment exploitée par les théoriciens, de même elle présente la méthode habituelle de la science nouvelle. La démarche hypothético-déductive passe du général au spécifique. Les étapes qui forment cette démarche sont les suivantes :

- le théoricien présente son interrogation du commencement.
- Il prépare des déductions ou bien des inductions à l'égard des savoirs expérimentaux qu'il acquiert sur le thème.
- Il choisit ou bien il forme une méthode, énoncé une ou bien diverses hypothèses de travail.
- Il fait recours à des essais expérimentaux afin de valider ou rejeter « les hypothèses ».
- Lorsque « les hypothèses » sont validées, l'étude se stoppe, le théoricien est invité à transmettre les résultats.
- Lorsque « les hypothèses » sont rejetées à travers les analyses effectuées, le théoricien est appelé à abandonner sa méthode et « ses hypothèses » en prenant en considération les nouvelles analyses. Quelle que soit la situation, l'étude se refait: le théoricien fait recours à de nouvelles déductions et/ou inductions, et il continue à recommencer afin qu'il trouve l'exactitude, autrement dit la démarche et l'hypothèse qui coïncident avec les actes.

Franchement, notre point d'interrogation et l'observation des études précédentes nous conduisent vers une méthode hypothético-déductive. Pour notre cas, en premier lieu, notre interrogation de démarrage est la suivante : Quels sont les déterminants de l'intention d'entreprendre dans le contexte Tunisien?

En deuxième lieu, la littérature expose un recueil de perceptions sur les diverses notions présentés d'une façon proportionnelle (facteurs individuels, facteurs environnementaux et facteurs économiques). par la suite, nous sommes aptes de construire les hypothèses sur les items et les liaisons qu'elles peuvent garantir entre eux.

Cependant que l'univers d'analyse fixé a comme envie de dévoiler un modèle conceptuel accompli que l'on puisse essayer de vérifier.

### 1. Le modèle conceptuel

Suivant Davidsson (1995), la signification du terme créateur, les caractères et les dispositions de ce dernier sont tous modifiés avec la variation de l'affaire économique et les mutations sociales. Ainsi, il a mené les théoriciens de ce domaine de recherche à tirer des perspectives et des modérations très distinctes. Avec le passage du temps, la régénération du terme s'est strictement agencée avec les dominateurs du business, de la productivité, de la gérance et dernièrement aussi, avec la popularisation de nouveaux procédés de l'information et du renseignement. On serait incité à articuler que pour toute période de croissance économique ressemble à un profil différent d'entrepreneur. Comme il est évidemment clair de le concevoir, notre travail est attaché à la réévaluation des différents déterminants de l'intention entrepreneuriale (les facteurs individuels, environnementaux et économiques). Certes, afin de mieux les comprendre et d'étudier leur influence sur l'intention on schématise notre modèle de la manière suivante

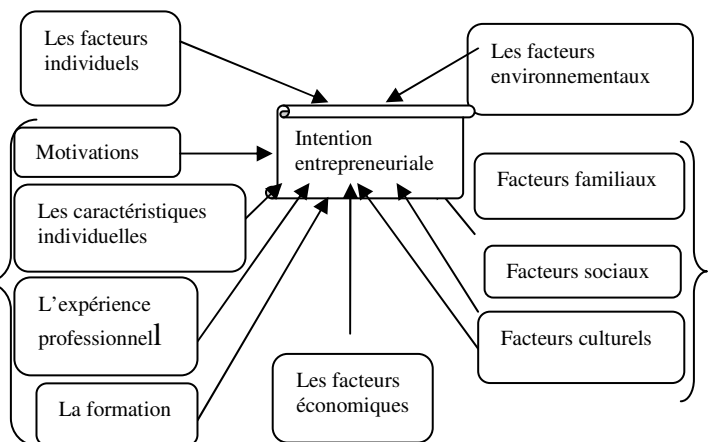


Fig. 1 - le modèle conceptuel de l'intention entrepreneuriale

### 2. Les choix méthodologiques : Les variables et leurs mesures

Il s'agit de générer des énoncés pour construire le questionnaire. La construction d'un questionnaire amène à s'interroger sur la mesure des concepts. Pour ce faire, nous

nous sommes basés sur une technique comportent les mesures existantes dans la littérature et les études empiriques.

Egalement aux travaux préétablit par Kolvereid (1996), l'intention d'entreprendre on le mesure par la dialogique: salariat / entrepreneuriat.

Intention

(1) envers votre cursus universitaire, que sera la proportion de que vous porter l'initiative d'avoir votre propre projet (de « très improbable » à « très probable »),

Les facteurs individuels

Kolvereid (1996), a construit 23 items comme instrument de mesure pour les variables composant les croyances sous-jacentes à l'attrait selon lui celle-ci décrit les différentes caractéristiques de la vie professionnelle de l'individu. si selon eux elle le regarde comme facteur déterminant et persistant pour l'amélioration de la qualité et de la valeur de leur choix de carrière professionnelle future. Dans notre recherche nous avons utilisé une échelle de Likert à 5 positions (Jean-Pierre Boissin et all, 2009).

Les facteurs individuels

a. Motivations

Être indépendant

Items

Être votre propre chef

Avoir du pouvoir

Avoir des responsabilités

Atteindre une réalisation personnelle

Items

Mettre en exergue votre imagination

Etre présent dans toutes les taches de réalisation de l'affaire

Etre obligatoire à l'institution

Concrétiser vos illusions

Avoir une rétribution élevée

Items

Rémunération élevé

Avoir une rétribution en valeur de votre reconnaissance

Avoir une esprit de carrière

Avoir une situation professionnelle stable

Items

Avoir un revenu fixe

Avoir la sécurité de l'emploi

Désir d'agir :

Les items mesurant le désir d'agir se sont à l'ordre de trois et ils sont inspirés des travaux menés par Curchod(2003) et nous les ont pris telle qu'elle est pour donner le plus de précision à notre recherche sur les motivations entrepreneuriale.

Items

Avoir l'âme d'un entrepreneur

Avoir une bonne perception de son entourage

Souhait de commercialiser une nouvelle idée

Facteurs psychologiques

Les items mesurant les facteurs psychologiques present des travaux de recherche de la Comité de Coordination régional

de l'emploi et de la formation professionnelle réalisée en mai 2012.

Items

Forte réalisation de soi

Besoin de reconnaissance de désir

Meilleure estime de soi

Etre bien estimé par autres

Faisabilité :

Le concept de la faisabilité perçue se réfère au niveau pour laquelle l'individu se croit a son capacité d'être capable pour avoir le profil d'un entrepreneur et preneur de projet de création propre a lui. Ce variable se confonde à celui d'estime de l'efficacité personnelle perçu proposé par Bandura qui le définit comme étant la représentation de la confiance d'un individu envers son aptitude de bien gérer les actions obligatoires pour arriver enfin a son objet prédéfini (Bandura,1997), ou aussi la conscience en sa capacité individuelles à accomplir une activité bien déterminé (Gist, 1987). C'est pour cela nous avons combiné les trois items dans notre étude afin de mieux mesuré la faisabilité.

Items

Sûr de la réussite du projet

Faisabilité

Avoir confiance en sa capacité de réussir le projet

perçue

La réussite dépend de sa propre volonté

Autres types de motivations

Les motivations d'entreprendre des étudiants se sont une dimension obligatoire dans notre modèle conceptuelle. Elles peuvent être distinguées à travers plusieurs facteurs capables de l'activer. Parmi eux nous avons conservé le besoin d'indépendance et opportunisme et le besoin d'accomplissement pour lequel il existe plusieurs échelles. Bradley (1990, p. 41-43), mentionne que huit échelles de mesure ont été étendues pour mesurer le besoin d'accomplissement des individus, pour notre étude nous avons pris 7 items.

De plus, certains échelles de mesure ont été développées pour tester la variable de la recherche de l'autonomie, notamment celles de Autio et al (1997, p. 147) et Davidsson (1995), nous les avons adoptées et nous l'avons opérationnalisée par les deux items.

Items

Avoir plus d'argent

Besoin

Accéder à la propriété

d'accomplissement

Entreprise à succès

(social)

Reconnaissance sociale

Besoin

Avoir plus de liberté

d'autonomie

Contrôler son destin

Besoin

Saisir une opportunité

d'indépendance et

Etre son propre chef

opportunisme

La recherche de l'intérêt personnel plus

que celui collectif	avoir une démarche projet me permet de l'adopter pour n'importe quel projet
<p>b. Les caractéristiques individuelles</p> <p>Ce concept se voit comme étant la valeur et le taux psychologique qui estime le rapport de cause à effet existant entre la confiance en soi pour l'étudiant qui valorise la capacité de réaliser les tâches convenable et l'esprit d'entreprise requit comme objectif finale (Ajzen, 2002 ; Emin, 2006). Ces items qui mesurent les caractéristiques individuelles se sont nombreux, pour cela nous avons pris ceux qui sont convenable et approprié à notre étude.</p> <p>Items</p> <p>Disposer de compétences techniques</p> <p>Disposer de capacités à gérer un réseau d'affaires</p> <p>Disposer de compétences en gestion d'entreprise</p> <p>Disposer de formations en apprentissage</p> <p>Avoir un diplôme reconnu</p>	<p>Les facteurs environnementaux</p> <p>a. Facteurs familiaux</p> <p>Robichaud(2001), tentent de construire une échelle de mesure des facteurs familiaux et nous les a pris pour mesurer leur influence sur l'intention d'entreprendre.</p> <p>Items</p> <p>Le poids de la tradition familiale augmente l'intention d'entreprendre</p> <p>Reprendre et agrandir l'affaire familiale augmente l'intention d'entreprendre</p> <p>L'engagement des membres de la famille augmente l'intention entrepreneuriale</p>
<p>c. L'expérience professionnelle</p> <p>WANG, (14/16 juin 2009) a établi l'échelle de mesure de l'expérience professionnelle et nous avons pris ces items pour mettre en évidence l'effet de cette dernière sur l'intention d'entreprendre.</p> <p>Items</p> <p>L'expérience professionnelle constitue un atout qui s'avère utile lors de la création d'une entreprise dont l'activité est proche de l'activité précédemment menée</p> <p>L'expérience professionnelle me permet d'acquérir les informations utiles sur le marché, les concurrents, le client...</p> <p>L'expérience professionnelle me permet de mieux connaître la vie en entreprise</p>	<p>c. Facteurs sociaux</p> <p>Notre étude sur les facteurs sociaux est composé de plusieurs items emportés de la revue de la littérature et des travaux de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) effectués en 2000, 2002 et 2007 (GEM, 2000, 2002 ,2007.). Ils sont également inspirés des travaux du chercheur Kostova (1997). Il a demandé aux individus représentant l'échantillon de référence de lui donner leurs avis envers les modalités proposées pour connaître leur impact sur l'intention entrepreneuriale.</p> <p>Items</p> <p>L'acceptation des différences de niveaux de vie</p> <p>La satisfaction individuelle est le but du créateur</p> <p>La valorisation du travail plus que les relations</p> <p>L'acceptation des différences de pouvoir</p> <p>L'acceptation de la différence dans la fonction et salaires</p> <p>La valorisation de la réussite matérielle</p> <p>La création d'entreprise une affaire d'homme</p> <p>La non-appréciation de ceux qui gagnent beaucoup d'argent</p> <p>Le réseau encourage la création d'entreprise</p> <p>Les gens s'attendent à changer d'emploi et d'entreprise</p> <p>Le refus de dépendre de l'Etat</p> <p>La peur de l'échec empêche la création d'entreprise</p>
<p>d. La formation</p> <p>Pour opérationnaliser la variable formation, nous nous sommes inspirés des travaux de Kolvereid (1997 p. 52) et Tkachev et Kolvereid (1999 p. 276-277) que nous avons pris leurs items de mesure et nous les ont traduit comme suit :</p> <p>Items</p> <p>avoir le désir à progresser et à réaliser mes ambitions</p> <p>rechercher l'autonomie et la liberté (désir d'être son propre patron, autonomie décisionnelle)</p> <p>avoir une volonté d'organiser et de mobiliser des ressources</p> <p>se sentir capable de prendre des initiatives et de gérer l'imprévu</p> <p>avoir le contrôle et la capacité à surmonter les contraintes du travail</p> <p>avoir la confiance en soi et l'optimisme quant à mes capacités de réalisation</p> <p>avoir la capacité d'adaptation et la tolérance à l'ambiguïté</p> <p>faire recours à mes intuitions dans la prise de décision</p> <p>acquérir l'habileté relationnelles et de communication (créer de contacts, s'entourer des personnes qui peuvent aider, tolérance, savoir échanger avec son supérieur,...)</p> <p>savoir coopérer, avoir l'esprit du groupe et respecter l'éthique du travail</p> <p>bien représenter mon milieu et de mieux l'adapter à mon environnement</p> <p>être capable d'avoir une idée et de chercher des informations sur le marché</p>	<p>Ressources mobilisées</p> <p>Items</p> <p>Trouver des personnes compétentes pour vous aider et vous conseiller</p> <p>Disposer de compétences dans le domaine administratif</p> <p>Obtenir une aide financière</p> <p>d. Facteurs culturels</p> <p>Notre questionnaire se base beaucoup dans la majorité des échelles de mesure sur la revue de la littérature et les travaux réalisés par Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en 2000, 2002 et 2007. Ainsi qu'ils sont pareillement issues des études d'estimation du chercheur Kostova (1997). Ce groupement d'items de mesure traite une variable particulier qui est le facteur culturel en se basant sur la politique gouvernementale.</p> <p>Items</p>

---

L'aide de l'entourage source de financement  
Les aides ont un impact positif sur la création d'entreprise  
La difficulté d'accès au crédit freine la création  
Les politiques publiques stables  
Le manque de fonds freine la création  
Les organismes d'aide à la création d'entreprise sont importants aux créateurs  
Les aides sont accessibles

---

Les facteurs économiques  
Par la suite d'une description des termes formant la question de recherche, une recension des écrits dénote que les facteurs économiques sont influencés par des facteurs internes ou externes. Ainsi, plusieurs modèles ont été érigés. Cependant, on constate une redondance de certains concepts. Parmi les modèles théoriques présentés, le modèle de Davidsson (1995) correspondait nettement mieux aux intentions de cette étude et rejoint les principales dimensions accordées par la littérature. Ce groupe d'items traite une dimension spécifique qui est les facteurs économiques.

---

Les perspectives économiques (conjuncture économique favorable...)  
Recevoir une indemnité basée sur l'augmentation de revenu  
Le contexte économique du pays  
Les conditions actuelles de travail (contrat de travail, horaire, salaire...)  
L'opportunité économique  
Indépendance financière  
Les ressources relationnelles  
Un contexte de crise de l'emploi  
Tendance démographique

---

### 3. Choix de l'échantillon

A ce niveau de la du processus méthodologique, le chercheur doit expliciter clairement le mode d'envoi du questionnaire, du collecte des données et la taille de l'échantillon de référence. Les outils d'analyses statistiques conseillées par G.A. CHURCHILL (1979), particulièrement l'ACP (Analyse en Composante Principale), déterminent comment il faut prendre en considération la taille nécessaire de l'échantillon. Pour le questionnaire, cette ACP contient au maximum 33 items - c'est la question mesurant les motivations. La taille de notre échantillon de référence est de 400 étudiants. Elle représente 40 fois l'ACP qui conserve le plus haut niveau d'items. Nous établissons par la suite la règle de choix de la taille d'échantillon fixé par G.A. CHURCHILL (1979).

Une fois le questionnaire a accompli la phase de rédaction et du pré-test, l'étape suivante consiste à déterminer à qui et à combien de personnes administrées ce questionnaire. L'échantillon représente le groupe de personnes interrogées et censées représenter l'univers auquel s'adresse l'enquête.

L'échantillon était formé de 400 étudiants en faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax et en institut supérieur d'administration des Affaires de Sfax. Les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire distribué en classe et via internet. Les perceptions ont été mesurées en demandant aux répondants jusqu'à quel point ils étaient attirés par l'idée de partir en affaires et jusqu'à quel point ils avaient confiance en leurs compétences et habiletés pour partir en affaires. Les réponses variaient d'un score de 1 à 5. Les répondants ont ensuite estimé la probabilité (en %) qu'ils partent effectivement en affaires à un moment donné dans leur vie (intention à long terme).

Nous avons administré un questionnaire aux étudiants de la faculté de science économique et de gestion de Sfax et l'Institut Supérieur d'Administration des Affaires qui ont suivis un cours en culture entrepreneuriale. L'utilisation d'échantillon d'étudiants est pertinente dans les recherches sur l'intention d'entreprendre, dans lesquelles ces étudiants sont souvent présentés comme des entrepreneurs potentiels. Et une intention particulière est accordée aux diplômés de l'enseignement supérieur qui, suivant une formation en matière d'entrepreneuriat, peuvent développer leur potentiel d'initiative et de créativité. Cela les encourage à créer leur propre emploi.

### 4. Validation du modèle conceptuelle proposé

Le rôle joué par le groupe des variables explicatives sur l'intention d'entreprendre s'analyse à l'usage de la régression multiple.

**Coefficients**

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		t	significatif
	B	Erreur standard	Bêta			
1 (constante)	-,103	,086			-1,202	,230
motivation	,718	,204	-,760		3,523	,001
caractéristiques individuelles	-,355	,105	-,282		1,399	,164
expérience professionnelle	47E-02	,034	,051		4,826	,001
formation	,596	,321	,712		5,858	,001
facteurs individuels	,487	,150	,653		3,250	,001
facteurs familiaux	1,712	,390	1,946		4,387	,001
facteurs sociaux	,275	,136	,339		2,025	,038
facteurs culturels	,172	,079	,176		2,177	,038
facteurs environnementaux	,242	,051	,242		4,726	,001
facteurs économiques	00E-02	,048	,064		2,351	,019

a. Variable dépendante : intention

**Récapitulatif du modèle**

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard	Changement dans les statistiques				Significatif
					Delta R	F	ddl 1	ddl 2	
1	,405 <sup>a</sup>	,164	,147	,46083	,164	9,608	8	391	,001

a.

Après l'application de l'analyse factorielle sur notre grand ensemble de variables individuelles et environnementales, quelques facteurs représentatifs ont émergé. Ces facteurs, ainsi que les variables économiques de notre étude, constituent les prédicateurs de la variable de résultat (le facteur de l'intention d'entreprendre).

L'équation sera écrite de la forme suivante :  

$$Y = \beta_0 \text{constante} + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e_i(\text{erreur})$$

La variable de résultat est prédite à partir d'une combinaison de variables multipliée par leurs coefficients respectifs, plus un terme résiduel. Nous nous référons à cette équation de modèle de régression dans les régressions multiples. Nous allons essayer de trouver la combinaison linéaire des variables prédicateurs qui correspondent au maximum de la variable de résultat.

Afin d'accomplir ce qui précède, notre objectif principal est de déterminer la contribution de chacune des 3 catégories: les variables associées à la dimension individuelle, les variables liées à la dimension environnementale et les variables liées à la dimension économique. L'objectif de la dernière partie est de déterminer et de construire le modèle final et de vérifier de

nouveau les hypothèses de recherche formulées précédemment dans le chapitre II.

Dans la régression multiple, il est une bonne pratique pour mesurer des variables prédictives pour lesquelles il existe des raisons théoriques pour eux en s'attendant à prédire un état, surtout si des recherches antérieures ont indiqué leur importance.

La méthode par défaut dans l'analyse régression est forcée l'entrée des variables, mais parce que nous sommes entamés dans un travail exploratoire, nous avons décidé d'utiliser la méthode pas à pas pour entrer les variables.

La matrice de corrélation de Pearson a montré le coefficient de corrélation entre chaque paire de variables et d'une signification de chaque corrélation. Cette matrice est généralement importante d'avoir un premier aperçu de la multicollinéarité. Il n'y avait aucune corrélation substantielle ( $R > 0,38$ ) entre n'importe quelle paire de variables; la corrélation la plus élevée atteinte était ( $R = 0,405$ ) entre les variables. En conclusion, il n'y avait pas de problème de colinéarité entre l'ensemble de variables.

$R = 0,405$  était la valeur de la corrélation multiple entre les variables explicatives et la variable à expliquer « l'intention d'entreprendre ».  $R^2 = 16,4\%$  est la valeur mesurant la variation dans l'intention d'entreprendre qui est représenté par les variables. Le  $R^2$  ajusté est de  $14,7\%$ , très proche de  $R^2$ , qui a confirmé que le modèle peut être généralisé.

Le tableau de coefficients nous a donné les estimations des valeurs b, qui indiquent la contribution individuelle de chaque variable au modèle.

L'équation des variables de régression multiple mesurant l'intention entrepreneuriale s'écrit comme suit:

$$F(I) = 0,088 + 0,718 M - 0,355 CI + 2,847 EP + 0,596 F + 0,487 FI + 1,712 FF + 0,275 FS + 0,172 FC + 0,242 FE + 6,5 FEC$$

I = Intention d'entreprendre; M = motivation; CI = caractéristiques individuels; EP = expérience professionnelle; F = formation; FI = facteurs individuels; FF = facteurs familiaux; FS = facteurs sociaux; FC = facteurs culturels; FE = facteurs environnementaux et FEC = facteurs économiques.

La plupart des valeurs de signification étaient positives; une seule valeur était de  $-0,355$ , ce qui signifie qu'une seule variable n'affecte pas l'intention d'une façon significative, et ces niveaux ont confirmé la grande contribution des prédicateurs. Les valeurs estimées ont été testées en regardant les résidus.

L'hypothèse vérifiant l'absence ou l'existence du problème de multi colinéarité conclu plus tôt à partir de la matrice de corrélation a été confirmée en regardant les statistiques de VIF et de tolérance. La moyenne des VIF n'était pas sensiblement supérieure à 1, par conséquent, la régression n'est pas biaisée (Bowerman et O'Connell, 1990). La tolérance a été beaucoup plus grande que 0,2 ce qui signifie pas de problème de colinéarité (Menard, 1995).

III. CONCLUSION ET DISCUSSION DES RESULTATS

Dans l'environnement culturel et social où le risque de la création par les jeunes est surévalué, l'initiation, l'appui, la formation et l'accompagnement redemandent plus d'outils, de moyens et une réaction instantanée, pour autoriser aux jeunes entrepreneurs volontaires de fixer toutes les informations de leur choix de carrière entrepreneuriale.

Quant à notre recherche, nous avons essayé de mettre l'accent sur l'avis que l'entrepreneuriat soit un choix individuel qui peut être modifié suite à une introduction de l'entrepreneuriat en tant qu'esprit et perception et par la suite nous avons essayé de présenter les aptitudes essentielles pour la réussite de cet individu. Toutefois, il est nécessaire de présenter plusieurs dispositions de la part de l'entourage entier et particulièrement de la part de l'entourage proche des entrepreneurs. Nous avons vu, que le traitement de l'intention d'entreprendre à une situation bien déterminée fait ressortir plusieurs variables en rapport avec les individus, autrement dit, en rapport avec les créateurs en personne, avec leurs parents, avec leurs degrés d'études, avec leurs traits de personnalités et avec leurs améliorations dans un entourage bien déterminé, qu'à la reconnaissance réelle de l'entrepreneur.

Il est nécessaire de dire que l'entrepreneuriat s'accroît surtout lorsque l'entourage soit médiateur et généreux face aux entrepreneurs. Davantage un entourage présente des substances d'une culture entrepreneuriale fortunée et admise, davantage les créateurs s'accroissent vite dans leur vie professionnelle.

Par ailleurs, l'entrepreneuriat est tout d'abord une manière d'être et une façon de vivre, certes, il est nécessaire de bien présenter les variables déterminantes qui influencent positivement le désir et plus particulièrement l'intention d'entreprendre chez l'individu.

De ce fait nous affirmons que les individus sont influencés dans leur choix de carrière par trois types de facteurs qui sont de types individuels, environnementaux et économiques. Ces multiples éléments interagissent pour former les intentions. Cependant, selon les individus, les facteurs d'influence sont plus ou moins déterminants et il n'est donc pas possible d'en modéliser le poids.

D'après cette analyse nous pouvons conclure qu'une seule hypothèse n'est pas confirmée et les autres se sont confirmées :

Hypothèse 1 : la motivation influence positivement l'intention d'entreprendre. Confirmée

Hypothèse 2: Les caractéristiques individuelles agissent positivement sur l'intention entrepreneuriale. Non confirmée

Hypothèse 3: L'expérience professionnelle agit positivement sur l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 4: La formation influe positivement l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 5 : Les facteurs individuels agissent positivement sur l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 6 : les facteurs familiaux influencent positivement l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 7 : les facteurs sociaux influencent positivement l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 8 : les facteurs culturels influencent positivement l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 9 : les facteurs environnementaux influencent positivement l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Hypothèse 10 : les facteurs économiques influencent positivement l'intention entrepreneuriale. Confirmée

Les analyses effectuées tout au long de cette investigation empirique, dans le contexte Tunisien, nous ont permis en quelque sorte de répondre à notre objectif de recherche qui consiste à déterminer l'effet des différents facteurs sur l'intention d'entreprendre. Notre échantillon composé de 400 étudiants en phase terminale de leur cursus universitaire et bientôt demandeurs d'emploi que nous visons à favoriser leur comportement en fonction des déterminants de l'intention entrepreneuriale.

D'ailleurs, le recours à l'analyse de données par régression nous a permis de constater que la motivation, l'expérience professionnelle et la formation ont des effets significatifs sur l'intention et que par contre les caractéristiques individuelles (âge et sexe) ont des effets négatifs et non significatifs et même que ces dernières n'agissent pas d'une façon positive. On a prouvé qu'au niveau global les facteurs individuels agissent positivement sur l'intention entrepreneuriale. De plus nos investigations ont montré l'importance de l'effet des facteurs environnementaux et des facteurs économiques qui ont un impact positif sur l'intention d'entreprendre. Enfin, ce qui est important de signaler est que les résultats empiriques dégagés des techniques statistiques consolident nos conclusions empiriques. La technique économétrique a permis de valider, par rapport à la régression simple et multiple, la significativité statistique des estimateurs.

Notre analyse montre que les motivations agissent positivement sur l'intention d'entreprendre dans le contexte de la Tunisie ce qui fait la preuve de beaucoup des études empiriques. Selon Tran (2011), la perception de désirabilité est à rapprocher des concepts d'attitude (élément personnel) et de norme sociale (élément social) du modèle d'Ajzen, tandis que celle de faisabilité s'accorde avec le concept de contrôle perçu du travail de Shapero et Sokol (1982). Selon les deux modèles (devenus des modèles de référence parce que leurs résultats sont très satisfaisants dans de nombreuses études, avec une variance expliquée de l'intention entrepreneuriale autour de 50%), pour que l'intention entrepreneuriale se développe chez un étudiant, l'entrepreneuriat doit lui faire paraître une carrière désirable et faisable (Tran, 2011).

Cela fait preuve de confirmation avec notre recherche, pour la quelle on a montré que l'expérience professionnelle agit positivement sur l'intention d'entreprendre, c'est-à-dire que plus l'individu acquiert une expérience au niveau des travaux au sein des entreprises et d'organisations plus son intention de créer son propre projet sera élevée et cela est dû à la maîtrise des tâches que ce soit au niveau financier, comptable, ressource humaine ou même organisationnelle.

En ce qui concerne l'intention, les hommes et les femmes semblent avoir le même intérêt à devenir des futurs entrepreneurs, même si l'importance de cela n'a pas été trouvée dans les analyses effectuées en dehors de la Tunisie.

Ce résultat est en accord avec les recherches antérieures menées sur les entrepreneurs potentiels (étudiants) (voir Chen et al., 1998). Seules les petites différences peuvent être trouvées entre les deux sexes dans les motifs de devenir travailleur autonome et indépendant. Des changements importants dans le temps et dans le groupe de surfaces pourraient en partie donner une indication pour laquelle des similarités significatives dans l'analyse établie dans notre étude actuelle se sont produites.

Concernant les facteurs économiques, nous pouvons conclure qu'un contexte économique encourage les individus à la création de nouveau projet si ce dernier élimine les freins, l'effet négatif des crises et l'instabilité financière. De la part des structures d'aides et des moyens adoptés par chaque pays, l'influence des normes et des valeurs socioculturelles qui procurent des conceptions individuelles peuvent être une réelle source de différenciation et spécialement au niveau cognitif de l'acte entrepreneurial. Nos investigations ont montré l'importance de l'effet des facteurs économiques qui ont un impact positif sur l'intention d'entreprendre. (Farouk.2014)

Pour les facteurs culturels dans toutes les études empiriques examinant leurs effets sur l'intention, se prononce en faveur d'un impact positif ce qui est le cas pour notre étude, nous pouvons conclure qu'une culture favorable augmente le taux de la création des entreprises. Selon George et Zahra (2002), la culture est un construit complexe et important qui fait référence à l'ensemble des valeurs permanentes de la région, la nation ou de l'organisation

À côté des facteurs socioculturels et conjoncturels, la culture entrepreneuriale apparaît comme un des facteurs les plus susceptibles d'influencer l'intention de créer une entreprise.

Plusieurs auteurs insistent sur l'importance des facteurs culturels. Borges et al (2005) pensent que même si beaucoup d'attention a été portée sur le passé de l'entrepreneur, ses traits et caractéristiques, il n'en demeure pas moins que ses attributs sont liés à son milieu de vie social et culturel. Plusieurs auteurs (Davidsson et Wiklund, 1997 ou encore Busenitz et Lau, 1996) affirment que la culture d'un pays, ses valeurs et ses croyances influencent la décision d'entreprendre. Donc l'intention entrepreneuriale des étudiants semble sensible à leur origine culturelle (Pruett et al., 2009 ; Boissin et al., 2009 ; Veciana et al., 2005 ; Kristiansen et Indarti, 2004 ; Wilson et al., 2004).

Ainsi que pour notre recherche les facteurs sociales affecte significativement l'intention d'entreprendre dans notre contexte étudiantin Tunisien, plus que l'individu ait des réseaux sociaux forts plus que son intention sera élevé.

En ce qui concerne les facteurs familiaux qui font preuve d'une forte significativité sur l'intention entrepreneuriale, par exemple si l'individu est issu d'une famille dont l'un d'eux est

penché dans le phénomène de la création c'est normale qu'il ait une intention forte pour se rendre à son compte.

Djankov et al. (2006) montre qu'un important déterminant de la décision d'entreprendre est la connaissance des personnes qui ont tenté à l'entrepreneuriat. Pour Yeuh (2009) les réseaux sociaux (ensemble des amis et connaissances qui sont des entrepreneurs) ont des impacts sur les facteurs qui déterminent l'auto-emploi. En absence d'un système légal effectif, les relations interpersonnelles sont préférées par les individus car ils permettent d'accroître le flux d'information et de réduire les coûts de transaction liés au démarrage d'une affaire. Avoir un réseau social faciliterait l'auto-emploi en permettant de surmonter les obstacles liés à l'accès aux crédits d'une part, et la réduction des coûts d'autre part, (Djankov et al. 2006).

De plus, les études sur les facteurs qui influencent les personnes dans leur préférence ou leur choix de carrière entrepreneuriale se focalisaient autrefois sur des variables démographiques, personnelles et sur les contextes de vie individuels. Toutefois, ces facteurs n'ont qu'un faible pouvoir explicatif, vu qu'ils sont éloignés du comportement qu'ils prétendent expliquer (Gelderen et al., 2006 ; Rauch et Frese, 2000). Les études ont aussi indiqué que les caractéristiques individuels et situationnelles ne sont pas suffisantes pour prédire le comportement entrepreneurial, d'où l'importance de comprendre les intentions entrepreneuriales (Krueger et al., 2000). Ce qui est conformément vérifié avec notre étude de recherche pour l'effet de caractéristiques individuelles sur l'intention d'entreprendre qui est non significatif. Aussi, pour notre étude mené sur 400 étudiants on arrive à confirmer l'hypothèse relative à l'effet significatif de la formation par rapport à l'intention d'entreprendre et cela fait la preuve de beaucoup des travaux empiriques mené par plusieurs auteurs qui ont travaillé sur le phénomène de l'entrepreneuriat. Le niveau d'étude semble, avoir une importance pour expliquer le niveau d'intention d'entreprendre. Une partie de la littérature considère l'éducation comme un facteur qui permet de quitter l'agriculture pour l'emploi salarié et l'auto-emploi en zone rural.

Cependant, seulement dans la perception des facteurs qui entravent en particulier, l'analyse a montré que les individus en question ne se différencient pas en plusieurs aspects. La régression et les analyses par régression ont montré que le risque d'échec est un obstacle dominant et stable tout au long des années qui empêche la plupart des étudiants de devenir des entrepreneurs. Ici, aucunes différences ne pourraient être trouvées entre les hommes et les femmes. Il pourrait être également montré que l'auto-emploi des parents a une influence sur l'intention d'entreprendre. Concernant les antécédents familiaux, certaines recherches indiquent une relation positive entre l'éducation à l'entrepreneuriat et l'intention de démarrer une entreprise (Peterman et Kennedy, 2003; Lee et Wong, 2003; Kolvereid & Moen, 1997) .Dans cette étude la formation universitaire a été être analysée comme une dimension affectant d'une façon significative l'intention. Les recherches futures pourraient analyser l'effet de l'enseignement de l'entrepreneuriat à l'intention de démarrer



une entreprise, après que les participants suivait des cours d'entrepreneuriat spécifiques.

La sélection d'un seul pays a la limitation évidente que les résultats se généralisent sur les populations et les paramètres géographiques. En outre, l'enquête a été seulement menée à l'Université de Sfax, qui pourrait affecter le contenu explicatif. Un autre biais pourrait être fondé sur le fait que les participants ont choisi principalement l'administration des affaires comme majeur. Par conséquent, il serait nécessaire d'inclure également les étudiants de différentes facultés dans l'enquête afin d'exclure les biais liés à l'étude. D'autres enquêtes pourraient permettre un autre regard si l'intention des élèves à devenir des travailleurs autonomes a été réalisé ou pas. Par conséquent, la recherche future doit tenir compte des différences liées au genre dans les intentions des fondateurs comme un facteur essentiel pour améliorer l'esprit d'entreprise. L'objectif de cette contribution est de permettre à un individu, porteur de projet ou non, de prendre conscience qu'il est possible de créer son entreprise en fonction de ses propres qualités, compétences et expériences. A. Fayolle (2003).

L'étude présente en effet l'entrepreneur, non pas comme un surhomme, mais comme un individu avec un ensemble de caractéristiques qu'il utilise pour faire face aux difficultés rencontrées ; bien que le métier d'entrepreneur se garde difficilement dans une définition achevée. Cela a été rendu possible grâce à la mise en œuvre d'une enquête auprès d'un échantillon d'étudiants.

Limites et voies futurs de la recherche

Les limites de la recherche

La recherche en entrepreneuriat en Tunisie se caractérise par des contributions majoritairement de natures qualitative et exploratoire. Cette recherche de type confirmatoire, en accordant la priorité au caractère généralisable des résultats mises en évidence, permet en partie de répondre à cette attente. D'un point de vue théorique, les résultats ont été validés, dans un contexte tunisien.

Au niveau des modèles d'intention, la pertinence du modèle d'Ajzen a été confirmée pour la tentative de créer une entreprise. Par ailleurs, l'intérêt d'une étude fondée sur les modèles d'intention repose sur le fait qu'elle renseigne sur les déterminants de la création avant que celle-ci n'ait lieu. Les différentes questions étant posées à des étudiants ne souhaitant pas créer une entreprise qu'à des étudiants intéressés par la création, les résultats obtenus ne sont pas rétrospectifs et ne résultent ainsi que de façon mineure des expériences entrepreneuriales antérieures des répondants.

Les voies de recherche

Nous nous sommes limitées, dans cette étude, aux facteurs déterminants de l'intention d'entreprendre et nous n'avons pas inclus le comportement réel. Or, l'intérêt principal des modèles d'intention repose sur leur capacité prédictive des comportements. Aussi, un prolongement à cette recherche consiste en la vérification du lien entre l'intention et la tentative de création d'une entreprise, et en l'identification des éléments précipitant ou inhibant le passage à l'acte. Ceci

pourra être étudié ultérieurement en suivant dans le temps les individus intentionnels identifiés.

En outre, les facteurs en amont des intentions n'ont pas été étudiés dans leur intégralité. Un prolongement étudiera les croyances sous-jacentes au désir d'agir et à la faisabilité perçue pour être en mesure d'en cerner les éléments les plus déterminants.

## BIBLIOGRAPHIE

- [1]Ajzen, I. The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes* 50, 1991, pp. 179-211.
- [2]Ajzen, I. (2002). Perceived behavioural control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32 (4), , 665-683.
- [3]Audet, J, Riverin, N et Tremblay, M. 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, Waterloo, Octobre2005.
- [4]Bandura. (1997). "Self-efficacy : Toward a unifying theory of behavioral change". *Psychological Review*,vol.84,n 2, , 191-215.
- [5]Baumol, William. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, 1990, 98(5), pp. 893-921.
- [6] Borges, C, Simard, G et Filion, L. *Entreprendre au Québec, c'est capital! Résultats de recherches sur la création d'entreprises.* Cahier de recherche, Chaire d'entrepreneuriat Rogers -J.-A.-Bombardier, HEC Montréal, 2005.
- [7]Bragad, A. The automation and instrumentation of testing H2S for cracking. *Corrosion Science*, 1987, Volume 27, Issues 10-11, pp. 1145-1152.
- [8]Bruyat, C. Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat. *Revue Française de Gestion* n°101, 1994, pp. 113-125.
- [9] Bruyat, C. *Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation.*Thèse de doctorat en sciences de gestion., Université Pierre Mendès, (Grenoble II), Ecole Supérieure des Affaires. 1993
- [10]Busenitz, L. W et Lau, C. M. A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1996, 20 (4), pp. 25-39.
- Comité de Coordination régional de l'emploi et de la Formation proFessionnelle. (mai 2012). *Les raisons d'entreprendre, résultats d'une enquête réalisée en*
- [11]Curhod. (2003). « La méthode comparative en sciences de gestion: vers une approche quali-quantitative de la réalité managériale », . *Finance Contrôle Stratégie*, , 6 (2).
- [12]Davidsson, P et Wiklund, J. Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economics Psychology*, 1997, 18, pp. 179-199.
- [13]Davidsson, P. Culture, Structure and Regional Levels of Entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1995, 7, pp. 41-62.
- [14]Douglas, B Reynolds. Entropy and diminishing elasticity of substitution. *Resources Policy*, Volume 25, Issue 1, March 1999, pp. 51-58.
- [15]Donckels, R. *Innovative entrepreneurship. the case of Belgium.* UFSAL Brussels, 1989.
- [16]Eisenhauer, J.G. *The entrepreneurial decision: economic theory and empirical evidence.* *Entrepreneurship theory & practice.* Retrieved from [www.allbusiness.com](http://www.allbusiness.com),1995.
- [17]Emin. *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français.* thèse pour l'obtention du doctorat en sciences et gestion à l'Université Pierre Mendès France de Grenoble, 2003, p. 168.
- [18]Emin, S. (2006). La création d'entreprise: une perspective attractive pour les chercheurs public ? *Revue Finance Contrôle Stratégie* 9(3), , 39-65.
- [19]Evrard, Y. *Market : Etudes et recherches en marketing.* 2003, 3 ème Edition, Paris, Dunod.
- [20]Farouk Amari et Sami Boudabbous. L'impact des facteurs économiques sur l'intention entrepreneuriale, *La Revue Gestion et Organisation* 6 (2014) pp.1-6.
- [21]Fayolle, A. A la recherche du coeur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine., *Revue Internationale PME*, 2004 vol. 17, n° 1, pp. 101-121.

**IBEM 2014 : International Conference on Innovation in Business, Economics & Marketing Research (IBEM'14)**

- [22]Gartner. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. American Journal of Small Business, 1988, vol. 12, n° 4, pp. 11-32.
- [23]Gist, M. (1987). "Self-efficacy : Implications for organizational behavior and human resource management". Academy of Mngement Review, vol.12,n3, , 472-485.
- [24]Grawitz. Méthodes des Sciences sociales. 1996, Paris.
- [25]Krueger, N.F, Reilly, M.D et Carsrud, A.L. Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing, 2000, 15, pp. 411-432.
- [26]Krueger, N.F et Carsrud, A.L. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. Entrepreneurship and Regional Development, 1993, vol. 5, pp. 315-330.
- [27]Krueger, N. (1993): «The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability», Entrepreneurship Theory and Practice 18 (1), p.18
- [28]Kolvereid, L. Organisational employment versus self employment: Reasons for career choice intentions. Entrepreneurship Theory and Practice, 1996, 20 (3), pp. 23-31.
- [29]Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. Entrepreneurship Theory Practice, autonome, , 47-57.
- [30]Jean-Pierre Boissin, B. C. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique. M@N@gement, 12(1), , 28-51.
- [31]Rédha BENREDJEM . La représentation des profils entrepreneuriaux basés sur l'intention entrepreneuriale à travers une typologie, www.strategie-aims.com/events/.../22 xxieme...l.../download.p2.
- [32]ROBICHAUD, Y. M. (6/2, 2001,). Toward the development of a measuring instrument for entrepreneurial motivation. Journal of Developmental Entrepreneurship, , 189-201.
- [33]Shapero, A. Self-renewing economies. Economic Development Commentary, 1981, vol. 5, pp. 19-22.
- [34]Shapero, A. The entrepreneurial event. in C.A. Kent (ed.), Environment for Entrepreneurship, Lexington, MA,: D.C.Heath, 1984, pp. 21-40.
- [35]Tounes. Un cadre d'analyse de l'enseignement de l'entrepreneuriat en France. Cahiers de recherche du Réseau Entrepreneuriat de l'AUF, n° 03-69, 2003, pp. 1-14.
- [36]Tucker, V. Body drag, feather drag and interference drag of the mounting strut in a Peregrine falcon. Falco peregrinus. J. exp. Biol. 1990, 149, pp. 449-468.
- [37]Veblen. Theory of Business Enterprise. Review of Adam Smith's Wealth of Nations, 1904, JPE .
- [38]WANG, Y. (. (14/16 juin 2009,). Une étude longitudinale de l'intention d'entreprendre des élèves ingénieurs, . 16ème Colloque de la recherche de l'intergroupe des Ecoles Centrales, Ecole Centrale de Lyon, France .