

# L'IMPACT du COMPORTEMENT ENTREPRENEURIAL sur L'INTENTION de CREER une ENTREPREISE

Mohamed Jaouadi

*Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax*

*Route de l'aéroport km 4, Sfax, Tunisie.*

[mojaouadi@yahoo.fr](mailto:mojaouadi@yahoo.fr)

**Résumé**—L'entrepreneuriat constitue de plus en plus une préoccupation et un centre d'intérêt de plusieurs acteurs économiques, sociaux, éducatifs et politiques.

Le vecteur essentiel ou la force motrice de l'entrepreneuriat n'est autre que l'entrepreneur. Cet acteur devrait se munir d'un comportement entrepreneurial lui permettant de réussir son parcours et achever convenablement ses intentions entrepreneuriales qui sont à l'origine de tout acte de création d'entreprise.

Dans le but d'approfondir les recherches sur l'entrepreneuriat, nous nous sommes intéressés dans ce travail de recherche à la phase amont du processus entrepreneurial. Il s'agit de la phase d'intention que nous jugeons importante dans l'acte de création d'entreprise.

Notre étude vise à démontrer l'existence d'une relation entre le comportement entrepreneurial et l'intention de créer une entreprise, et ce à travers une enquête réalisée auprès d'un groupe d'étudiant en phase terminale de leurs études universitaires (L3).

En effet, cette recherche nous a permis de déduire et de mettre en lumière la corrélation positive entre le comportement entrepreneurial des étudiants et leurs intentions de créer leurs propres projets.

**Mots-clés**— comportement; création d'entreprise ; entrepreneur potentiel; intention ; étudiants.

## I. INTRODUCTION

Les premières recherches en entrepreneuriat se sont orientées vers le profil individuel de l'entrepreneur [1]-[2] en révélant ses qualités personnelles sans évoquer le rôle joué par son comportement en tant que facteur influençant son intention entrepreneuriale. D'autres auteurs vont plus loin dans leurs recherches et considèrent l'entrepreneuriat comme un phénomène qui peut être influencé par le contexte social, culturel, économique et politique [1], [3], [4]-[5].

La théorie du comportement planifié (TCP) [6] constitue une référence dans le thème "intention entrepreneuriale". Cette théorie était une source d'inspiration pour plusieurs chercheurs dans le domaine entrepreneurial.

En effet, l'entrepreneuriat est un phénomène multidimensionnel qui peut être étudié sous différents angles en mobilisant de nombreuses disciplines et méthodologies [3]. De même, l'entrepreneuriat est devenu un axe principal dans

les programmes scolaires et universitaires que se soit dans les pays développés ou même les pays en développement. Cette tendance ne peut être expliquée que par la conscience des différents acteurs du rôle positif et primordial que joue l'entrepreneuriat dans le développement économique et social des nations.

L'entrepreneuriat, constitue un des piliers de développement des économies. Ce rôle lui est attribué en conséquence des bienfaits dégagés suite à sa mise en place en tant que catalyseur permettant l'émergence de nouvelles entités économiques. D'après [7], suite à une interprétation des travaux de Schumpeter sur la notion d'entrepreneur en 1939, la définition suivante a été avancée : " L'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la propension à la routine et réaliser des innovations". Pourtant, suite à une focalisation sur le profil de l'entrepreneur, il n'existe pas de définition unique de l'entrepreneuriat. Ce sujet a provoqué des débats dans le monde de la recherche et de l'enseignement.

Et c'est dans ce sens que vient ce travail de recherche qui a essayé de clarifier une phase amont de l'acte entrepreneurial (l'intention entrepreneuriale) dans le but d'enrichir et éclaircir l'événement entrepreneurial.

L'objectif de cette étude étant de s'interroger sur le rôle du comportement entrepreneurial chez les étudiants Tunisiens en tant que catalyseur de leur intention entrepreneurial.

Pour cela nous émettons l'hypothèse de l'existence d'une forte corrélation entre le comportement entrepreneurial chez les étudiants en L3 et leurs intentions de se lancer dans le domaine entrepreneurial.

## II. REVUE DE LA LITTÉRATURE

### A. LE COMPORTEMENT ENTREPRENEURIAL

Plusieurs recherches ont été menées sur l'entrepreneur et son comportement entrepreneurial. [1], [2]-[8]. Ce comportement rassemble les traits psychologiques que peut posséder l'entrepreneur. Autrement dit, sa personnalité, ses variables motivationnelles ainsi que ses compétences dans le domaine entrepreneurial. Tous ces traits présentent le potentiel entrepreneurial de l'individu. Ce dernier peut être défini en

tant qu'un ensemble de caractéristiques personnelles que doit avoir une personne désireuse d'entamer un parcours entrepreneurial afin de réaliser efficacement les tâches et les fonctions entrepreneuriales.

D'après le fameux article « Who Is an Entrepreneur ? » Is the Wrong Question » [8], paru en 1988, nous avons assisté à une incitation à étudier le comportement de l'entrepreneur et de cesser de s'intéresser à sa personnalité. D'après l'auteur « La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est » [8].

Le comportement entrepreneurial englobe les compétences ou les pré-requis nécessaires dont l'individu devrait disposer afin d'exercer la fonction d'entrepreneur. Ces compétences ont fait l'objet de plusieurs recherches et travaux en management dans le but d'élaborer un référentiel qui peut servir d'une part aux entreprises existantes en tant que guide de comportement, et d'autre part, il peut être utile pour les jeunes qui ont une tendance vers le domaine entrepreneurial. Le Dictionnaire Français définit le comportement comme étant : La manière de se comporter, la façon d'agir et de se conduire. Il s'agit donc de la façon de procéder des personnes ou des organismes vis-à-vis des incitations et par rapport au milieu et à l'entourage. Une étude menée avec des jeunes québécois sur leur comportement entrepreneurial montre que ces jeunes peuvent acquérir certains de ces comportements durant leur période de scolarité. Cette étude fait partie d'un ensemble de travaux qui ont tenté d'imposer la diffusion d'une « culture entrepreneuriale » en incitant à l'acquisition de comportement, de ressources individuelles et de savoir être [9]. En effet, une enquête réalisée par l'OCDE en 2012 sur la promotion de l'entrepreneuriat dans les universités Tunisiennes a confirmé que la promotion du comportement entrepreneurial chez les étudiants a été rapportée par l'ensemble des universités comme premier objectif de leurs activités de soutien à l'entrepreneuriat [10]. Cette tendance entrepreneuriale, est passée d'une approche par la personnalité à une approche privilégiant les compétences clés [8]. Cela n'était qu'une conséquence des mutations de l'environnement économique des entreprises et de la mondialisation des échanges. L'objectif de cette tendance n'est autre que de faire face au taux de mortalité élevé des jeunes entreprises. Autrement dit, élaborer un guide comportemental aux entrepreneurs capables de garantir la pérennité des entreprises.

Dans ce sens, une étude empirique basée sur le modèle de Stevenson 1983 [12] a présenté une conceptualisation du comportement de l'entrepreneur en le distinguant du comportement du manager Tableau I [11]. Dans le cadre de notre recherche, nous nous sommes intéressés aux dimensions qui peuvent se refléter sur un entrepreneur potentiel. En effet, les questions de notre enquête relatives au comportement entrepreneurial, se sont articulées autour de trois dimensions de ce modèle, qui sont l'orientation stratégique, l'engagement envers les opportunités et l'orientation de croissance. Le choix de ces trois dimensions a été justifié par le fait que

l'échantillon visé (étudiants en L3) est plus familiarisé avec ces dimensions qu'avec les autres. En effet, ces concepts ont été abordés par ces étudiants dans le cadre de leurs programmes universitaires.

TABLE I.  
 CONCEPTUALISATION de STEVENSON du COMPORTEMENT  
 ENTREPRENEURIAL 1983.

COMPORTEMENT ENTREPRENEURIAL	DIMENSION	COMPORTEMENT MANAGERIAL
Stimulé par toute opportunité nouvelle	Orientation stratégique	Guidé par le contrôle des ressources
Réaction courte	Engagement envers les opportunités	Réaction lente
Utilisation optimale des ressources en suivant un processus à plusieurs étapes	Engagement envers les ressources	Utilisation des ressources nécessaires en une seule étape
La croissance rapide est prioritaire avec prise de risque	Orientation de croissance	Croissance lente est régulière avec prudence
Promouvoir la recherche d'opportunité	Culture entrepreneuriale	La recherche d'opportunités conformément aux ressources disponibles capables de les exploiter
L'entrepreneur met en place des structures horizontales avec des réseaux informels	Structure de l'entreprise	Le gestionnaire s'appuie sur une structure très hiérarchisée et bureaucratique
Basé sur la création de valeur	Philosophie de récompense	Basé sur la responsabilité et l'ancienneté

- L'orientation stratégique

Cette dimension décrit les facteurs qui influencent la stratégie. En ce qui concerne la stratégie de l'entrepreneur, elle est guidée par toute opportunité existante dans l'environnement et non pas par la disponibilité des ressources nécessaires à sa réalisation. Une fois l'opportunité est identifiée, le besoin en ressources est exprimé. Du côté de gestionnaire, le point de départ de sa stratégie est l'utilisation efficace des ressources existantes.

- L'engagement envers les opportunités

En présence d'opportunités, l'entrepreneur est prêt à s'engager rapidement dans l'action même en prenant des risques. Par contre, le comportement du gestionnaire tend plus vers l'analyse, la négociation et l'engagement avec le minimum des risques.

- L'orientation de croissance

Le comportement entrepreneurial est orienté vers l'action. En effet, l'entrepreneur est présenté en tant que chercheur de croissance rapide malgré les risques qui peuvent se manifester. Tandis que, le gestionnaire cherche aussi la croissance, mais avec prudence et lenteur afin d'éviter tout risque dû à la rapidité de l'action.

### B. L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

D'après le centre national de ressources textuelles et lexicales " L'intention est la disposition d'esprit, mouvement intérieur par lequel une personne se propose, plus ou moins consciemment et plus ou moins fermement, d'atteindre ou d'essayer d'atteindre un but déterminé, indépendamment de sa réalisation, qui peut être incertaine, ou des conditions qui ne peuvent pas être précisées". En effet, les théories évoquant l'intention entrepreneuriale permettent d'enrichir les recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat, même si cette intention ne se termine pas par la création d'entreprise. Dans ce sens, pour avoir une image globale de l'entrepreneuriat, il n'est pas suffisant d'étudier ceux qui ont concrétisé leurs projets, mais aussi ceux qui sont en amont de ce processus, en effet, l'étude de l'intention entrepreneurial enrichit la compréhension de ce dernier [13]. Le modèle d'intentionnalité de 1988 définit l'intentionnalité comme étant " Un état de l'esprit qui oriente l'attention et la volonté individuelle vers un objectif spécifique dans le but d'accomplir quelque chose" [14]. Néanmoins, l'habileté personnelle, les caractéristiques individuelles ainsi que le contexte politique, économique et social peuvent contribuer à la formation de l'intention entrepreneuriale.

Par conséquent, la maîtrise et la compréhension de la phase de l'intention entrepreneuriale devient de plus en plus importante que se soit pour l'entrepreneur ou même pour le manager, la description et l'éclaircissement de cette phase permet de comprendre le phénomène entrepreneurial [15]. L'approche intention est constituée par l'interaction des différentes dimensions du cadre conceptuel qui représente l'entrepreneuriat. Ces principales dimensions qui ont été élaborées suite à un consensus parmi les chercheurs pour aborder le problème de l'entrepreneuriat, sont respectivement : Processus, acteur, environnement et nouvelle organisation [16].

Le modèle de l'événement entrepreneurial [17] ainsi que la (TCP) [18] représentent les socles de base qui ont préparé le terrain pour les recherches dans le domaine de l'intention entrepreneuriale.

1) *Le MODELE de L'EVENEMENT ENTREPRENEURIAL de SHAPERO et SOKOL (1982)* : L'acte entrepreneurial est expliqué selon Shapero et Sokol par trois groupes de facteurs, à savoir :

- Les déplacements négatifs : Tels que divorce, émigration, licenciement...
- Les situations intermédiaires : Telles que sortie de l'école, de l'armée ou de prison.

- Les déplacements positifs : Tels que l'influence de la famille ou des amis et l'existence d'un marché ou d'investisseurs potentiels.

Entre ces trois facteurs et l'acte entrepreneurial Shapero et Sokol évoquent deux perceptions représentées par la désirabilité et la faisabilité Fig1.

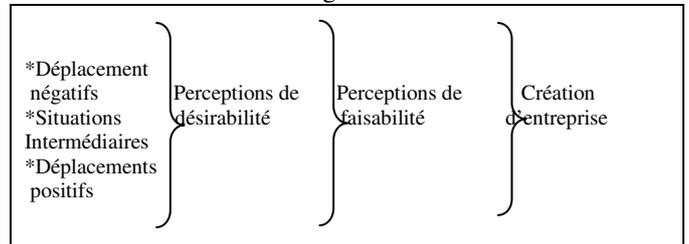


Fig.1 La fonction de l'événement entrepreneurial ( Shapero et Sokol, 1982).

La désirabilité représente le degré d'attrait qu'une personne ressent envers la création d'une entreprise. Alors que la faisabilité fait référence au degré avec lequel un individu pense avoir la capacité de créer une entreprise [19]. Dans notre étude cet individu est représenté par l'étudiant.

2) *La théorie de comportement planifié de Ajzen (1991)* : Cette théorie stipule que l'intention est déterminée par trois facteurs, à savoir,

- L'attitude envers le comportement : Elle implique le degré d'évaluation, favorable ou défavorable, que l'individu forme envers un comportement. Dans notre recherche il s'agit du degré d'évaluation de la création d'une entreprise par l'étudiant.
- La perception des normes sociales : Il s'agit de la perception de la pression sociale. Autrement dit, c'est la perception du comportement de l'étudiant par son réseau social (famille, amis, connaissances...).
- Le contrôle perçu du comportement cible : Il implique la perception des opportunités, des disponibilités des ressources et des compétences nécessaires pour accomplir l'action. C'est donc la perception de l'étudiant de ses aptitudes et compétences entrepreneuriales acquises via ses études, son expérience et de son implication dans la vie associative. "L'intention est un indicateur qui décrit la façon avec laquelle l'individu est prêt à exercer son effort afin d'effectuer un comportement" [6].

Suite à une synthèse de travaux antérieurs sur l'intention entrepreneuriale, cette dernière peut être définie comme étant " une phase majeure du processus de création d'entreprise subdivisée en quatre stades : La propension, l'intention, la décision et l'acte. Elle est une volonté individuelle qui s'inscrit au sein d'un processus cognitif conditionné par le contexte socioculturel, politique et économique" [13]. De son côté Fayolle, précise que pour qu'il y ait envie d'entreprendre, il est nécessaire qu'il y ait éveil entrepreneurial. L'intention entrepreneuriale dépend donc du déclenchement de l'éveil chez les individus. Plus cet éveil se produit tôt, plus l'individu sera sensible aux déclencheurs qui l'amèneront à créer ou à reprendre une entreprise [3].

Une recherche a été menée auprès de 527 étudiants de trois pays (la Russie, la Norvège et la Finlande) sur la possibilité d'intégrer le modèle (TCP) (Ajzen, 1991) et le modèle de l'évènement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1983) dans un seul modèle d'intention entrepreneurial. Les résultats de cette recherche montrent que l'intention de devenir entrepreneur dépend des deux perceptions qui sont la désirabilité et la faisabilité [20].

Afin de mesurer la notion d'intention au niveau de notre recherche, nous nous sommes référés à l'alternative professionnelle : salariat / entrepreneuriat [21]. Trois items ont été élaborés :

- La probabilité que vous créez votre entreprise est très forte,
- La probabilité que vous poursuivez une carrière de salariat est très forte,
- Si vous devez choisir entre créer votre entreprise et être salarié, vous préféreriez, certainement, créer votre entreprise.

### III. METHODOLOGIE

#### A. *MODE de COLLECTE d'INFORMATION*

La collecte d'information s'est basée sur un questionnaire adressé directement à 100 étudiants en L3 ayant suivi des études universitaires en sciences de gestion à la Faculté des sciences économiques et de gestion de Jendouba (Tunisie). C'est un choix visé, puisque cette population représente une base d'entrepreneurs potentiels [3]. Cet échantillon était composé de 53% d'étudiants et de 47% d'étudiantes. Seuls 98 questionnaires ont été remplis par nos répondants. C'est d'ailleurs les 98 questionnaires qui ont fait l'objet de notre analyse. Il convient de préciser aussi que nos questionnés ont suivi au moins deux sessions du module culture d'entreprise ou création d'entreprise au sein de la Faculté des sciences économiques et de gestion de Jendouba.

La méthode d'échantillonnage adopté dans notre recherche est l'échantillonnage non probabiliste. Ce choix a été imposé par la nature de l'objectif de l'enquête qui nécessite un échantillon spécifique (disponibilité, niveau d'étude, module suivit).

#### B. *Le QUESTIONNAIRE*

Le questionnaire de la recherche été formé de trois parties :

- Une première partie relative au comportement entrepreneurial vise à identifier la nature du comportement entrepreneurial chez l'échantillon de notre recherche. Une identification selon le modèle décrit par Stevenson en 1983.
- Une deuxième partie, consacrée à la mesure de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants selon l'alternative professionnelle (Salariat / Entrepreneuriat) [21].
- Et en fin, une troisième partie était consacrée à la fiche signalétique de l'étudiant (sexe, niveau d'étude,

professions des parents et nombre de sessions de cours en entrepreneuriat).

Notre questionnaire vise à clarifier les opinions des répondants au niveau de leurs comportements entrepreneuriaux et au niveau de leurs intentions de créer leurs propres entreprises. Dans cette optique de recherche, nous avons choisi d'administrer des questions fermées. Cependant, nous avons jugé que l'utilisation de l'échelle de Likert à 5 niveaux est le moyen le plus pertinent qui va nous permettre de cerner les opinions des questionnés.

Les questions relatives au comportement entrepreneurial concernaient trois dimensions citées précédemment, à savoir, l'orientation stratégique, l'engagement envers les opportunités et l'orientation de croissance. Dans ce sens, une série de question a été adressé aux questionnés en alternance avec certaines questions filtres pour dégager plus de fiabilité au niveau des réponses collectées.

La dimension engagement envers les opportunités par exemple fait référence au degré avec lequel l'étudiant réagirait face à une opportunité de créer sa propre entreprise. Exemple de question posé : "Suite à votre parcours universitaire, face à une opportunité de création d'entreprise, vous n'hésiteriez jamais à entamer un parcours entrepreneuriale". L'étudiant devrait choisir une réponse sur une échelle de Likert de 5 niveaux allant de " Absolument pas d'accord " à " Tout à fait d'accord ".

Quand aux questions relatives à l'intention entrepreneuriale, elles ont fait référence à l'alternative professionnelle (Salariat / Entrepreneuriat). Une deuxième série de question contenant aussi des questions filtres a été posé aux étudiants concernés par l'enquête.

La dimension intention de créer sa propre entreprise par exemple fait référence au degré d'intention de l'étudiant à s'orienter vers la vie entrepreneuriale. Parmi les questions posées dans ce sens, nous pouvons mentionner la question suivante : "Suite à votre parcours universitaire, la probabilité de créez votre entreprise est ". Le répondant devrait choisir sa réponse sur une échelle de Likert de 5 niveaux, allant de (Très faible) à (Très forte).

Nous avons jugé important de préciser aux étudiants que ce questionnaire n'est pas un test. Et qu'il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses. Nous avons insisté sur le fait qu'une réponse est bonne dans la mesure où elle reflète ce que le répondant pense réellement.

Les résultats du questionnaire ont été traités avec la méthode de corrélation de Bravais-Pearson à l'aide du logiciel SPSS 20.

Cette technique permet d'étudier la relation qui pourrait exister entre deux variables quantitatives. En effet, le coefficient de corrélation de Bravais-Pearson est un indice statistique qui exprime l'intensité et le sens (positif ou négatif) de la relation linéaire entre deux variables quantitatives.

#### IV. PRINCIPAUX RESULTATS

L'analyse de la fiabilité de l'échelle utilisée dans notre recherche s'avère importante afin de savoir si nous avons utilisé la bonne échelle pour mesurer les items de notre recherche et d'avoir un bon support de continuité de notre analyse. En effet, le test de fiabilité de notre échelle s'avère positif (Alpha de Cronbach,  $\alpha = 0.805$ ) et donc notre échelle s'avère fiable et par conséquent utilisable.

Les résultats de l'enquête réalisée auprès des 98 étudiants de l'université de Jendouba (Tunisie) ont été traités comme annoncé par le Test de corrélation (r de Bravais-Pearson). Le traitement statistique a débouché sur les résultats suivants :

TABLE II  
 La CORRELATION ENTRE LE COMPORTEMENT  
 ENTREPRENEURIAL ET L'INTENTION

Variables indépendantes	Variables dépendantes	Degré de signification	Valeur de r
Opportunité de création d'entreprise	Probabilité de devenir entrepreneur	0	0.665
Opportunité de création d'entreprise	Probabilité de devenir salarié	0	-0.712
Opportunité de création d'entreprise	Choix entre devenir entrepreneur ou salarié	0	0.843
Orientation Stratégique	Probabilité de devenir entrepreneur	0	0.679
Orientation Stratégique	Probabilité de devenir salarié	0	-0.726
Orientation Stratégique	Choix entre devenir entrepreneur ou salarié	0	0.835
Orientation de Croissance	Probabilité de devenir entrepreneur	0	0.665
Orientation de Croissance	Probabilité de devenir salarié	0	-0.683
Orientation de Croissance	Choix entre devenir entrepreneur ou salarié	0	0.772
Prise de risque	Probabilité de devenir entrepreneur	0	0.745
Prise de risque	Probabilité de devenir salarié	0	-0.7
Prise de risque	Choix entre devenir entrepreneur ou salarié	0	0.825

D'après les résultats obtenus, nous pouvons nous baser sur la valeur de « r » pour prouver l'existence d'une relation entre le comportement entrepreneurial des étudiants et leur intention de créer une entreprise. Nous pouvons ainsi dégager une forte corrélation positive (valeur de r allant de 0.655 à 0.825) entre

le comportement entrepreneurial des étudiants et leur intention de créer leur entreprise.

Par contre la corrélation entre leur comportement entrepreneurial et leur désir de devenir salariés est fortement corrélé négativement (valeur de r allant de -0.683 à -0.726).

Ces deux résultats corroborent notre hypothèse de départ qui met en relation le comportement entrepreneurial des étudiants en L3 avec leur intention de créer une entreprise.

## V. CONCLUSION

L'entrepreneuriat devient de plus en plus un vecteur essentiel du développement des économies. Afin d'enrichir l'image de ce vecteur, notre enquête n'a pas visé des entrepreneurs actifs mais plutôt des entrepreneurs potentiels.

La principale conclusion que nous pouvons dégager de cette étude n'est autre que la confirmation et la validation de l'existence d'une relation entre le comportement entrepreneurial des étudiants en L3 et leurs intentions d'entamer une vie entrepreneuriale en créant leurs propres projets. Effectivement, toutes les intentions ne sont pas concrétisées, mais cela ne dévalorise pas le rôle primordial joué par l'intention dans la dynamique entrepreneuriale et surtout dans son côté création d'entreprise.

Par conséquent, la corrélation positive dégagée par cette recherche peut être utile dans le sens où elle peut générer, à la lumière des résultats trouvés, des pistes d'enrichissement des programmes universitaires dans le domaine de la formation entrepreneuriale. Ces pistes peuvent par exemple toucher l'orientation des incitations des établissements concernés par le domaine entrepreneurial afin de valoriser le comportement entrepreneurial durant les années universitaires dans le but de former des futurs entrepreneurs. Une autre piste aussi peut se manifester lors des appréciations du staff pédagogique qui s'occupe de la formation entrepreneuriale offerte aux étudiants les plus éligibles à devenir entrepreneurs et par conséquent avoir un critère de sélection lors des orientations.

D'un autre côté, afin de confirmer les résultats de notre recherche, un suivi du maintien de l'intention entrepreneuriale chez notre échantillon s'avère intéressant. En effet, cela pourra nous permettre de détecter s'il existe d'autres facteurs qui peuvent favoriser ou défavoriser le maintien de l'intention entrepreneuriale chez ces étudiants.

## REFERENCES

- [1] L. J. Filion, "Le champ de l'entrepreneuriat : histoire, évolution, tendances," *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol.10, n°2, pp.129-171,1997
- [2] M. Giraudeau, "Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur Schumpétérien performé," *Sociologie du Travail*, vol.49, n°3, Elsevier Masson SAS, pp.330-350, 2007.
- [3] A. Fayolle, *Le métier de créateur d'entreprise*, Ed. d'Organisation, Paris, 2003.
- [4] A. Tounés, "L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE," thèse pour le doctorat en science de gestion, Université de Rouen, France, Décembre.2003.
- [5] J.P. Boissin, B. Chollet et S. Emin, "Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique," *M@n@gement*, vol.12, n°1, pp.28-51, 2009.
- [6] I. Ajzen, "The Theory of planned behavior," in *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.50, pp.179-211, 1991.
- [7] J. Liouville et M. Bayad, "La fonction d'entrepreneur schumpétérien: conception et apport à la pédagogie de l'entrepreneuriat," *dans XI Conférence de l'AIMS*, Paris, 5 et 7 Juin, 2002.
- [8] W.B. Gartner, "Who Is An Entrepreneur? Is the Wrong Question," *American Journal of Small Business*, pp. 11-32, 1988.
- [9] C. Loué et J. Baronet, "Quelles compétences pour l'entrepreneur? Une étude de terrain pour élaborer un référentiel," *Revue Entreprendre & Innover*, n° 9-10, pp. 50-58, 2011.
- [10] Rapport établi par le programme de développement économique et de création d'emplois au niveau local (LEED) de l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), "Entrepreneurial, PME et Développement Local: Etude de l'OCDE sur les qualifications et les compétences en entrepreneuriat," *PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT DANS LES UNIVERSITES TUNISIENNES*, OCDE, 2012.
- [11] E.Brown, Davidson et Wiklund, "An Operationalization of Stevenson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-based Firm Behavior," *Strategic Management Journal*, 22(10), pp.953-968, 2001.
- [12] H.H. Stevenson, *A perspective on entrepreneurship*, *Economica*, vol.13, Harvard Business School, 1983.
- [13] A.Tounés, "L'intention entrepreneuriale des étudiants: Le cas français," *La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion*, n° 219, pp.57-65, 2006/3.
- [14] B. Bird, "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention," *Academy of Management Review*, vol 13, pp. 442-453, 1988.
- [15] M.E. Tubes et S.E. Ekeberg, "The role of intention in work motivation: Implications for goal-setting theory and research," *Academy of Management Review*, vol.16, n°1, pp. 180-199, 1991.
- [16] L. Saleh, "L'intention entrepreneuriale des étudiantes: Cas du Liban", thèse pour le doctorat en science de gestion, Université Nancy2, France, 2011.
- [17] A.Shapero et L.Sokol, "The social dimension of entrepreneurship," *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall," pp.73-90, 1982.
- [18] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organisation Behavior and Human Decision Processes*, n°50, pp.179-211, 1991.
- [19] J. Arlotto, J.P. Boissin et S. Maurin, "L'intention entrepreneuriale des étudiants Grandes écoles / Universités: Un faux débat?," *5<sup>ème</sup> Congrès International de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, Sherbrooke, 4-5 Octobre, 2007.
- [20] L.Kolvereid, T.Iakovleva et J.Kickul "An integrated model of entrepreneurial intentions (Summary)," *Frontiers of Entrepreneurship Research*, vol.26, Article 5, 2006.
- [21] L. Kolvereid, "Prediction of employment status choice intentions," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.20, n°3, pp. 47-57, 1996.