

LA THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉ PEUT-ELLE ÊTRE UN MODÈLE DE PRESCRIPTION POUR L'ÉDUCATION EN ENTREPRENEURIAT ?



Jean-Pierre BOISSIN

IAE Grenoble
Université Grenoble Alpes
jean-pierre.boissin@iae-grenoble.fr

Véronique FAVRE-BONTÉ

IAE Savoie Mont Blanc
MCF HDR IAE Savoie Mont Blanc
veronique.favre-bonte@univ-smb.fr

Sandrine FINE-FALCY

IAE Grenoble
MCF IAE Grenoble
sandrine.falcy@iae-grenoble.fr

Résumé

L'État est dans l'attente d'une meilleure diffusion de la culture entrepreneuriale auprès des étudiants. Au-delà du nombre des étudiants impactés, la pédagogie et le pré-accompagnement de l'entrepreneuriat doivent s'adapter en fonction des profils des étudiants. Or, le questionnement relatif au choix des approches pédagogiques à adopter reste entier. Les opinions sur le sujet divergent (Schlaegel et Koenig, 2014). Pour aider les acteurs à bien orienter ces choix méthodologiques, la recherche semble avoir son rôle à jouer. Cet article, en s'inscrivant dans cette lignée, s'interroge sur les croyances, les capacités entrepreneuriales et les attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat en identifiant des sous-groupes au sein de la population étudiante que beaucoup considèrent comme homogène. Une littérature récente exhorte à plus de recherche empirique sur l'intention entrepreneuriale afin de faire émerger des différences dans les processus d'intention selon les sous-groupe de population (Rueda et al., 2015).

Mots-clés : intention entrepreneuriale, capacité d'entreprendre, étudiant, passage à l'acte, entrepreneuriat.

LA THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉ PEUT-ELLE ÊTRE UN MODÈLE DE PRESCRIPTION POUR L'ÉDUCATION EN ENTREPRENEURIAT ?

Introduction

Le consensus global autour du rôle central de l'entrepreneuriat dans le développement des économies a projeté l'enseignement supérieur dans une nouvelle dynamique de promotion et de soutien à l'entrepreneuriat chez les jeunes. Dans une communication intitulée « Plan d'action Entrepreneuriat 2020 - Raviver l'esprit d'entreprise en Europe », la Commission européenne préconise la possibilité pour tout étudiant qui le souhaite d'être formé et d'entreprendre sur son campus. Ainsi, différentes mesures ont été mises en application en septembre 2014 en France avec notamment la création d'un statut étudiant-entrepreneur.

La pérennité de ces mesures nécessite des mesures d'impact. L'Etat est dans l'attente d'une meilleure diffusion de la culture entrepreneuriale auprès des étudiants et d'un plus grand nombre de diplômés passant à l'acte entrepreneurial. Au-delà du nombre des étudiants impactés, la pédagogie et le pré-accompagnement de l'entrepreneuriat doivent s'adapter en fonction des profils des étudiants. Or, le questionnement relatif au choix des approches pédagogiques à adopter reste entier. Les opinions sur le sujet divergent, même si la plupart des programmes est fondée sur une pédagogie active, une formation par l'action. Pour aider les acteurs à bien orienter ces choix méthodologiques, et pour garantir une bonne efficacité des enseignements et du pré-accompagnement, la recherche semble avoir son rôle à jouer. En éclairant le processus de formation de l'intention entrepreneuriale, elle donne autant de clés à mobiliser pour les établissements d'enseignement supérieur désirant toucher au plus juste leur public. Les étudiants ne sont pas nécessairement dans le passage à l'acte finalisé de leur choix professionnels mais sont davantage dans un processus d'intention dans le cadre d'un comportement processuel d'orientation professionnelle.

Cet article, en s'inscrivant dans cette lignée, s'interroge sur les croyances, les capacités entrepreneuriales et les attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat en identifiant des sous-groupes au sein de la population étudiante que beaucoup considèrent comme homogène. Certes depuis les années 90, la littérature sur l'intention entrepreneuriale est abondante (Linan et Fayolle, 2015) et a montré que l'intention est un prédicateur fort du comportement (Armitage et Connor, 2001). Cependant une littérature récente exhorte à plus de recherche empirique sur l'intention entrepreneuriale afin de mieux appréhender l'évolution du processus entrepreneurial (Schlaegel et Koenig, 2014) et de faire émerger des différences dans les processus d'intention selon les sous-groupe de population (Rueda et al., 2015).

Cet article vise à mieux caractériser la diversité des représentations des étudiants afin d'améliorer l'offre en matière d'éducation et de pré-accompagnement des porteurs de projet dans l'entrepreneuriat.

Notre recherche, en s'intéressant à l'intention entrepreneuriale des étudiants, comble un gap théorique en mettant en lumière des éléments sous exploités voire passés sous silence par la littérature : place des variables à l'origine de l'intention entrepreneuriale, prise en compte de la

diversité des profils et de l'intention entrepreneuriale à court versus long terme. Cet approfondissement du processus de formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants vise à améliorer l'offre des programmes d'éducation à l'entrepreneuriat. Ces programmes doivent être en adéquation avec les différents profils afin d'assurer leur rôle de catalyseur de l'esprit entrepreneurial.

Il existe de nombreuses définitions de l'intention entrepreneuriale. Cette variété montre que le terme n'a pas de signification univoque et complètement partagée (voir par exemple Shook, Priem et Mc Gee, 2003 ; Moreau et Raveleau, 2006). Pour notre part, nous retenons l'approche de Kolvereid (1996) qui consiste à considérer ce que Ajzen et Fishbein (1980) appellent une intention de choix (choice intention). L'intention fait alors référence au choix entre poursuivre une carrière entrepreneuriale et une carrière salariale. Pour appréhender l'intention entrepreneuriale, cette recherche repose sur les modèles psychosociaux d'intention tels que la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). L'exploitation de ces travaux en entrepreneuriat par un certain nombre d'auteurs confirme leur utilité dans notre contexte. La théorie du comportement planifiée est en effet particulièrement adaptée aux comportements contrôlés par l'individu, tout particulièrement dans le cas de l'étudiant en phase de construction de sa future insertion professionnelle.

Après avoir présenté les modèles d'intention entrepreneuriale et nos hypothèses de travail, nous exposons la méthodologie qui nous a permis de tester le modèle général de l'intention entrepreneuriale et ses sous-modèles. Le papier se termine par une discussion sur la nécessaire personnalisation, par profil, des modules de formation tant dans la sensibilisation l'accompagnement entrepreneurial chez les étudiants.

1. Un ancrage dans les modèles d'intention adaptés à l'étudiant en phase de processus de construction de choix d'orientation professionnelle

Cette partie aura pour objet, dans un premier temps, de discuter des différents modèles d'intention appliqués au comportement entrepreneurial et dans un deuxième temps, d'exposer le gap théorique, en montrant les spécificités de l'intention entrepreneuriale au sein de la population étudiante et donc la nécessité d'avoir une approche par profil.

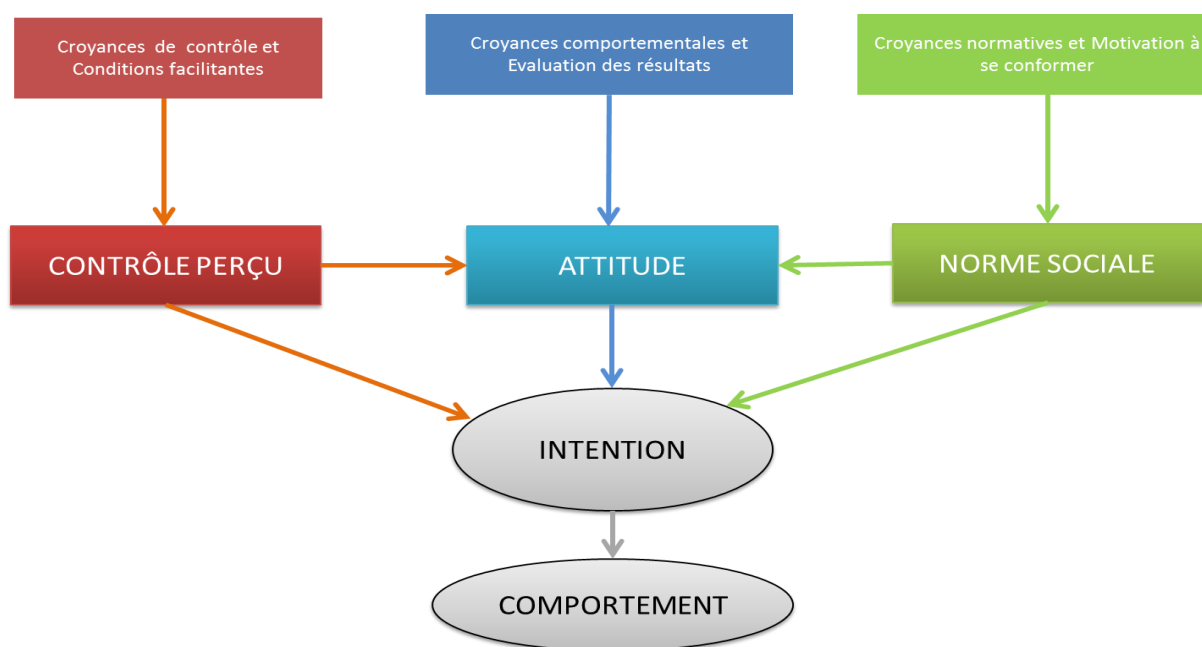
1.1. Les modèles d'intention appliqués au comportement entrepreneurial

De nombreux chercheurs ont appliqué des modèles d'intention pour expliquer l'acte de création d'entreprise notamment Krueger, 1993 ; Krueger et al. 2000. Ces modèles se sont inspirés principalement de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et du modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982). Dans un article basé sur 98 études sur le processus de formation de l'intention entrepreneuriale, conduites durant les 25 dernières années, dans plus de 30 pays¹, Schlaegel et Koenig (2014) montrent que la théorie du comportement planifié reste le modèle dominant dans la littérature empirique dédiée à l'intention entrepreneuriale. Leurs résultats montrent que la théorie du comportement planifié (TPB) explique

¹ Les études retenues s'intéressent au processus de formation de l'intention entrepreneuriale et s'appuient soit sur la TPB (Theory of Planned Behavior / Ajzen, 1991), soit sur l'EEM (Entrepreneurial Event Model / Shapero et Sokol, 1982), soit sur une extension ou une combinaison des deux approches. La plupart de ces études analysées reposent sur l'observation de population d'étudiants.

une plus large part de variance (0,28) que le modèle de l'événement entrepreneurial (EEM, 0,21 de variance expliquée). En particulier, la TPB (figure 1) donne de plus forts liens sur les populations étudiantes que non étudiantes. La théorie de l'événement entrepreneurial (Entrepreneurial Event Model) est moins pertinente lorsque l'on étudie la population étudiante : la désirabilité perçue² est une variable moins significative avec une population étudiante. Dès lors, nous reprenons largement le modèle de Kolvereid (1996) avec ses échelles de mesure afin d'assurer une continuité et une répliquabilité dans les recherches (Schlaegel et Koenig, 2014).

Figure 1. La théorie du comportement planifié



Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

L'intention est un prédicateur fort du comportement (Armitage et Connor, 2001). Les trois éléments influençant l'intention peuvent être définis comme suit :

L'attitude est définie comme une évaluation individuelle globale du comportement (Ajzen, 1991).

Les normes sociales sont définies comme la perception individuelle des pressions sociales pour s'engager (ou pas) dans un comportement entrepreneurial (Ajzen, 1991). Cet élément est divisé en deux : les croyances normatives et la motivation à se conformer à ses croyances.

Le contrôle perçu se réfère aux perceptions des individus vis-à-vis de leur capacité à accomplir tel ou tel comportement. Ce concept est assez similaire à celui de *self-efficacy* (Krueger et al., 2000 ; Kolvereid et Isaksen, 2012).

² La désirabilité perçue constitue l'une des trois variables de l'EEM avec la propension à agir et la faisabilité perçue.

La théorie du comportement planifié est largement utilisée et acceptée dans la recherche en entrepreneuriat, cependant les résultats de ces études divergent quelque peu (Rueda et al., 2015). Il convient donc, à présent, de repérer les enrichissements possibles du modèle afin d'affiner les résultats dans le cadre de l'entrepreneuriat étudiants.

1.2 Gap théorique : les spécificités de l'intention entrepreneuriale au sein de la population étudiante

Afin de pallier les limites des recherches antérieures, nous allons mettre en lumière des éléments qui permettraient d'affiner le modèle global. En effet, aucune réponse claire n'a encore été apportée à la question de la fluctuation des résultats obtenus dans chacune des études.

Selon les études, l'importance de chacune des variables du modèle varie. Ainsi, les résultats de Schlaegel et Koenig (2014) ou encore Kolvereid (1996) montrent que la norme subjective a un pouvoir prédictif fort alors que ceux de Krueger et al. (2000) concluent que, seules la faisabilité perçue³ et l'attitude envers le comportement influencent l'intention, délaissant ainsi la norme subjective. La littérature, sans arriver à un consensus, montre une interaction entre les variables. La possibilité qu'il existe des interactions entre les antécédents de l'intention doit alors être investiguée (Fitzsimmons et Douglas, 2011). Nous intégrons les résultats des études antérieures, notamment la synthèse de Schlaegel et Koenig (2014) qui met en relief des liens entre les variables.

La littérature présente de nombreux travaux réalisés sur l'intention entrepreneuriale au sein de la population étudiante (Kolvereid, 1996 ; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Carrier, 2000 ; Diochon *et al.*, 2002 ; Lüthje et Franke, 2003 ; Tounés, 2006 ; Plant et Ren, 2010). Toutefois, rares sont ceux qui s'intéressent à l'ensemble des filières de formation (Boissin et al. 2009). En effet, la majorité des analyses se concentre sur des étudiants issus de formation ingénieur, de commerce, technique ou encore de médecine. On note ainsi une certaine focalisation – un biais ? - des études dédiées à l'observation de l'intention entrepreneuriale chez les jeunes sur certains profils d'étudiants au détriment d'autres. En France, le Programme Etudiants pour l'Innovation, le transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE) couvre tout autant la sensibilisation que le pré-accompagnement de projets entrepreneuriaux en phase avec différents niveaux de maturité des étudiants. Par ailleurs, une partie des travaux a fait ressortir des typologies au sein des populations étudiées marquant des différences de représentation. Dès lors, il convient d'établir une hiérarchie stable et univoque des antécédents de l'intention dans le cadre d'un modèle général mais en s'efforçant de proposer des représentations des sous-modèles d'intention propres à chaque sous-groupe d'une typologie.

La question n'est donc plus de savoir si le modèle TBP est approprié pour proposer une représentation du processus de formation de l'intention entrepreneuriale mais est-ce qu'il y a des différences de valeurs des éléments selon les groupes d'individus ? (Rueda et al., 2015). En d'autres mots, les sous-modèles d'intention propres à chaque sous-groupe constituent une opportunité de mieux répondre aux besoins des étudiants en matière d'éducation entrepreneuriale en faisant ressortir des processus de formation de l'intention différenciée.

³ La faisabilité perçue étant chez Krueger et al. (2000) la combinaison de l'ESE (Entrepreneurial Self-Efficacy) et de PBC (Perceived Behavioral Control).

Dans un premier temps, nous testons le modèle général (TCP) :

H1 : le contrôle a une influence sur l'intention,

H2 : l'attitude a une influence sur l'intention,

H3 : la norme sociale a une influence sur l'intention,

Dans un second temps, au-delà de la validation d'un modèle global de l'intention entrepreneuriale, nous testons l'existence de sous-modèles par sous-groupe d'étudiants et l'interaction des variables :

H4. L'existence de modèles spécifiques de construction de l'intention entrepreneuriale par sous-groupe d'étudiants.

Les modèles d'intention comme la théorie du comportement planifié s'inscrivent dans un certain déterminisme de variables supposées indépendantes comme l'attitude, la norme sociale et le contrôle perçu (Kolvereid, 1996). L'attitude est la variable généralement donnée comme prépondérante dans les modèles d'intention entrepreneuriaux des étudiants (Boissin, al., 2009). Toutefois, ces variables peuvent interagir, en particulier l'attitude, peut aussi être influencée par la norme sociale et le contrôle perçu. A l'instar de la désirabilité (Schlaegel, Koenig, 2014), l'attitude serait une variable médiatrice. Il découle deux nouvelles hypothèses.

H5. L'attitude est la variable prédominante de l'intention entrepreneuriale.

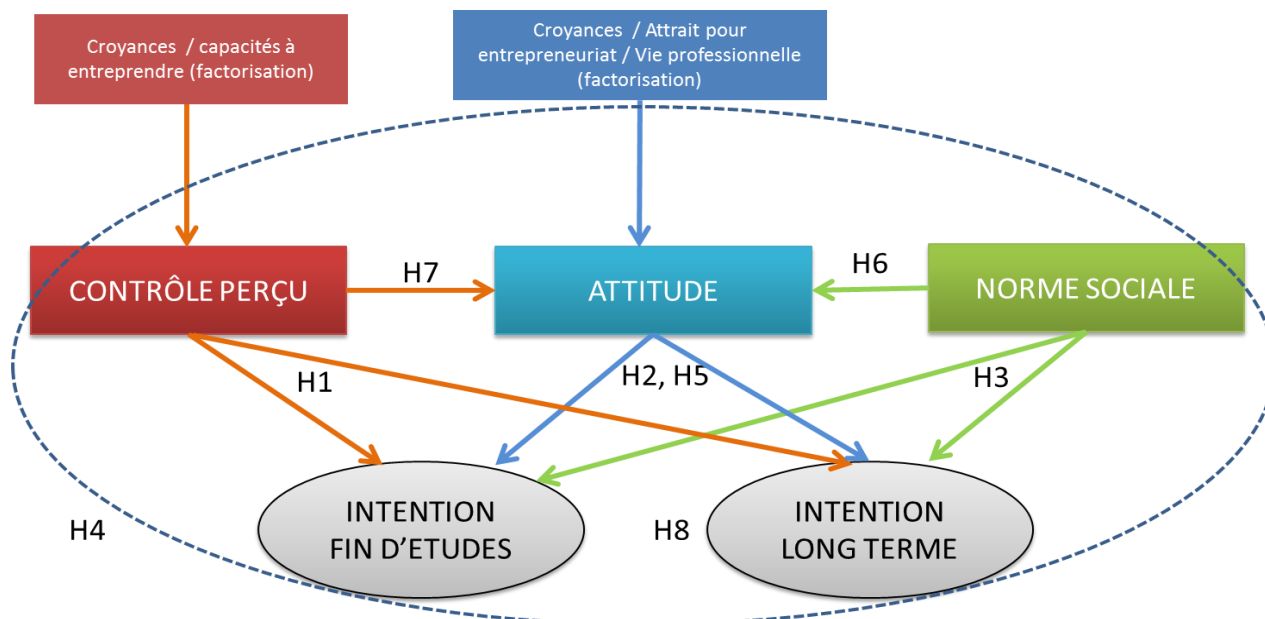
H6 et H7. L'attitude est médiatrice : elle est influencée par la norme sociale (H6) et le contrôle perçu (H7).

Si la théorie du comportement planifié reste largement utilisée pour rendre compte de l'intention entrepreneuriale chez les jeunes, une difficulté subsiste : la prévision du comportement dans la durée. Cette difficulté, déjà pointée par Ajzen et Fishbein en 1980, a été réaffirmée dans l'étude de Audet (2000) qui note une différence significative entre les deux échéances : ainsi, la désirabilité et la faisabilité perçues expliquent 53% de la variation de l'intention entrepreneuriale à long terme contre 26% de l'intention à court terme. Il semble donc important de prendre en considération cette différence temporelle. C'est pourquoi nous avons dissocié, dans notre modélisation, l'intention sur le court terme de l'intention sur le long terme. Notre hypothèse est donc la suivante :

H8. L'influence des déterminants, varie selon que l'on considère l'intention à court terme et l'intention à long terme.

La figure 2 présente le modèle et les hypothèses.

Figure 2. Modélisation des tests d'hypothèses



2. Constitution de l'échantillon & Choix méthodologiques

Cet article vise à mieux caractériser la diversité des représentations des étudiants afin d'améliorer l'offre en matière d'éducation et de pré-accompagnement des porteurs de projet dans l'entrepreneuriat.

Nous avons mené une enquête quantitative sur les représentations entrepreneuriales auprès d'une population étudiante appartenant à plusieurs établissements du site d'enseignement supérieur de la Région Midi-Pyrénées (France).

Comme mentionné précédemment, rares sont les études qui s'intéressent à l'ensemble des filières de formation (Boissin et al., 2009). Nous avons donc fait le choix de questionner des étudiants issus de formations diverses. Notre questionnaire a été envoyé via Survey Monkey aux 100 000 étudiants de la Région Midi-Pyrénées (Toulouse) par l'intermédiaire de chaque établissement d'enseignement supérieur. 4614 questionnaires ont été retournés mais certains avec des réponses manquantes. Au total, une fois les questionnaires incomplets éliminés, notre échantillon se compose de 2267 étudiants issus de différentes filières. L'annexe 1 permet de récapituler les principales caractéristiques de notre échantillon.

Elaboration du questionnaire

Le questionnaire d'une part s'appuie très largement sur la littérature pour mesurer les variables du modèle de Ajzen (capacités à entreprendre, croyances sur l'entrepreneuriat, sur la vie

professionnelle, contrôle perçu, attitude et norme sociale) et d'autre part, présente des ajustements (eg intention CT vs LT) pour pallier les limites émises depuis l'apparition du modèle en 1980. L'intention entrepreneuriale est ainsi évaluée au travers des trois items recommandés par Kolvereid (1996) intégrant à la fois intention d'entreprendre à la fin des études et à plus long terme. Concernant les croyances professionnelles, elles ont été mesurées par 23 items, adaptés de Kolvereid (1996). Conformément aux préconisations d'Ajzen, pour chaque type d'attente professionnelle, il a été demandé aux répondants : d'une part, si elle leur paraissait être un élément important pour la qualité de leur vie professionnelle future ; et d'autre part, s'ils pensaient que cette attente serait satisfaite par une carrière d'entrepreneur. Des échelles de Likert impaires à 5 points ont systématiquement été mobilisées. Par ailleurs, les réponses aux questions sur la norme sociale, avant d'être traitées, ont été pondérées par une variable d'importance accordée par chaque individu⁴.

Un certain nombre de questions de type signalétique permettent de caractériser le répondant et d'évaluer également la place et l'intérêt de formations à l'entrepreneuriat qu'il aurait pu suivre durant son cursus.

Opérationnalisation des variables

L'ensemble des items appréhendant croyances, contrôle perçu, attitude et norme sociale ont donné lieu à des analyses factorielles exploratoires sur SPSS puis confirmatoires sur PLS pour dégager les dimensions sous-jacentes à chaque concept. Des analyses d'ordre 2 ont parfois été effectuées pour certaines construits (croyances/capacité, croyances/attractivité pour l'entrepreneuriat et croyances/vie professionnelle). L'ensemble des résultats est présenté en annexe 2 et confirme la qualité des mesures mobilisées dans le modèle à la fois en termes de fiabilité et de validité convergente (Henseler et al., 2009).

Traitement des données

L'analyse des données se découpe en 3 étapes caractérisées par des objectifs propres et des analyses statistiques adaptées (cf Tableau 2) :

- La première étape, centrale, teste le modèle général de formation de l'intention entrepreneuriale en ayant recours aux équations structurelles sous XLSTAT. Pour une meilleure représentativité du modèle testé au sein de la population étudiante de Midi-Pyrénées (France), nous avons redressé l'échantillon pour tenir compte de l'importance relative des différents établissements. Notre objectif est double : s'assurer de la qualité du modèle testé et estimer l'intensité des liens entre concepts modélisés.
- Pour mettre en exergue des groupes présentant des processus de formation de l'intention entrepreneuriale différents, nous avons utilisé une "*one-step mixture confirmatory analysis*" dénommée REBUS-PLS (Esposito Vinzi et al., 2008) qui s'avère plus efficace que les méthodes typologiques traditionnelles (Farooq et al., 2013). Des tests de permutation (Chin and Dibbern, 2010) permettent de confirmer la stabilité du modèle entre les différents

⁴ Le questionnaire d'une longueur de 10 pages est disponible, sur demande, auprès des auteurs.

groupes obtenus par l'invariance des mesures utilisées pour *in fine* pouvoir comparer la force des relations entre construits.

- La dernière étape a pour objectif de caractériser les profils d'étudiants majoritaires pour chaque type de processus identifiés à l'aide de tests du Chi-deux effectués sur les variables signalétiques.

Tableau 2 : Les 3 étapes de l'analyse de données

Etapes méthodologiques	Analyses statistiques
Test du modèle général de formation de l'intention entrepreneuriale - Qualité du modèle - Test des liens entre concepts	Modélisation par équations structurelles PLS
Identification de groupes d'individus présentant un processus de formation de l'intention entrepreneuriale similaire	Modèle de mélanges One step mixture REBUS-PLS
Caractérisation des groupes en fonction d'un certain nombre de variables socio-démographiques	Tests Chi-deux ou F

3. Principaux résultats

Les résultats nous permettent d'appréhender le regard porté par les étudiants sur l'entrepreneuriat au travers de leurs croyances, leurs perceptions et leurs intentions vis-à-vis de l'entrepreneuriat en général bien que souvent assimilé à la création d'entreprise dans notre questionnaire. Nous présenterons nos résultats en deux temps : après avoir présenté le modèle général de l'intention entrepreneuriale, nous analyserons chacun des trois groupes (révélés par la classification hiérarchique) se distinguant dans leur processus de formation de l'intention entrepreneuriale.

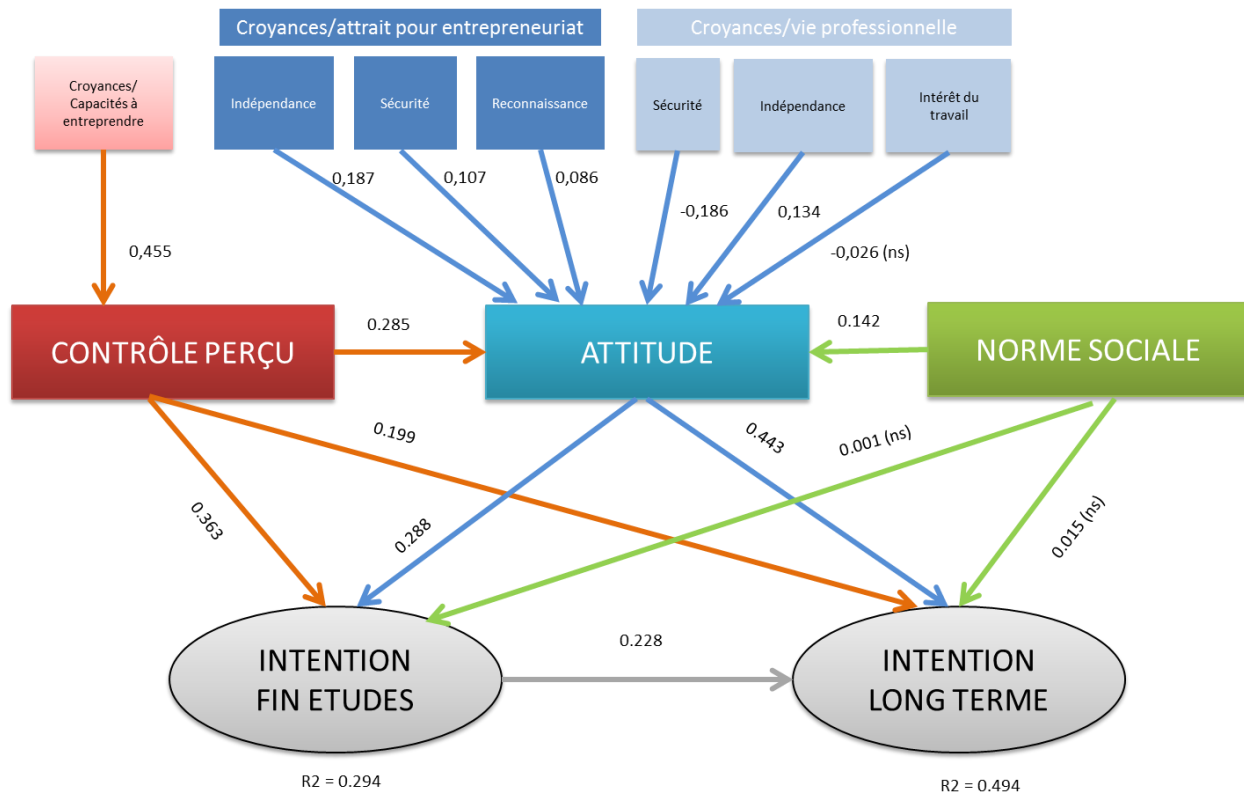
3.1 Le modèle général de l'intention entrepreneuriale : résultats globaux

La validité globale du modèle a dans un 1^{er} temps été testée. Les indicateurs obtenus sont satisfaisants (GOF relatif de 0.832 et GFO absolu de 0.537) et nous permettent d'interpréter les résultats obtenus⁵. Il est à noter que ce modèle explique d'abord la faible intention d'entreprendre ; en effet, les 2267 étudiants de notre échantillon ont une préférence pour une carrière de salarié (moyenne de 1,8 pour la création vs 4,3 pour un emploi salarié sur une échelle de Likert de 5).

⁵ La qualité de mesure des concepts et l'analyse descriptive des variables se trouvent respectivement en Annexe 2 et 3.

Les **résultats globaux** obtenus montrent que rares sont les étudiants ayant l'intention de créer leur entreprise dès la fin de leurs études (cf Figure 3).

Figure 3. Modèle général de l'intention entrepreneuriale



Il ressort que nous validons partiellement nos hypothèses.

Les hypothèses H1 (influence du contrôle perçu sur l'intention) et H2 (influence de l'attitude sur l'intention) sont validées. Cependant, ce modèle nous révèle que la norme sociale n'a pas d'impact direct sur l'intention (H3 infirmée), quelle que soit l'échéance de temps considérée. L'attitude est la variable principale de formation de l'intention (H5) à long terme mais à court terme, le contrôle perçu a un rôle plus important. L'attitude a une influence directe sur l'intention à long terme nettement plus importante (0,443) que le contrôle perçu (0,199), la situation s'inverse lorsque l'on considère l'intention à court terme (0,288 vs 0,363). Le contrôle perçu impacterait donc davantage l'intention des étudiants de créer une entreprise à la fin de leurs études. L'horizon court terme versus long terme a une influence sur l'intention (H8).

La norme sociale joue sur l'attitude (H6) qui, elle-même, influence l'intention à court et long terme. La norme sociale exercerait donc une influence indirecte sur l'intention d'entreprendre, en agissant sur l'attitude. Ce résultat permet en partie d'expliquer les controverses au niveau de la littérature (Schlaegel et Koenig 2014). Par ailleurs, l'attitude est également influencée par la capacité entrepreneuriale perçue (H7). L'attitude semble donc agir comme une variable médiatrice (H6 et H7).

Afin d'affiner le modèle général d'intention entrepreneuriale, nous avons entrepris une classification hiérarchique ; cette analyse a mis en avant **trois profils-types d'étudiants** en matière d'intention entrepreneuriale.

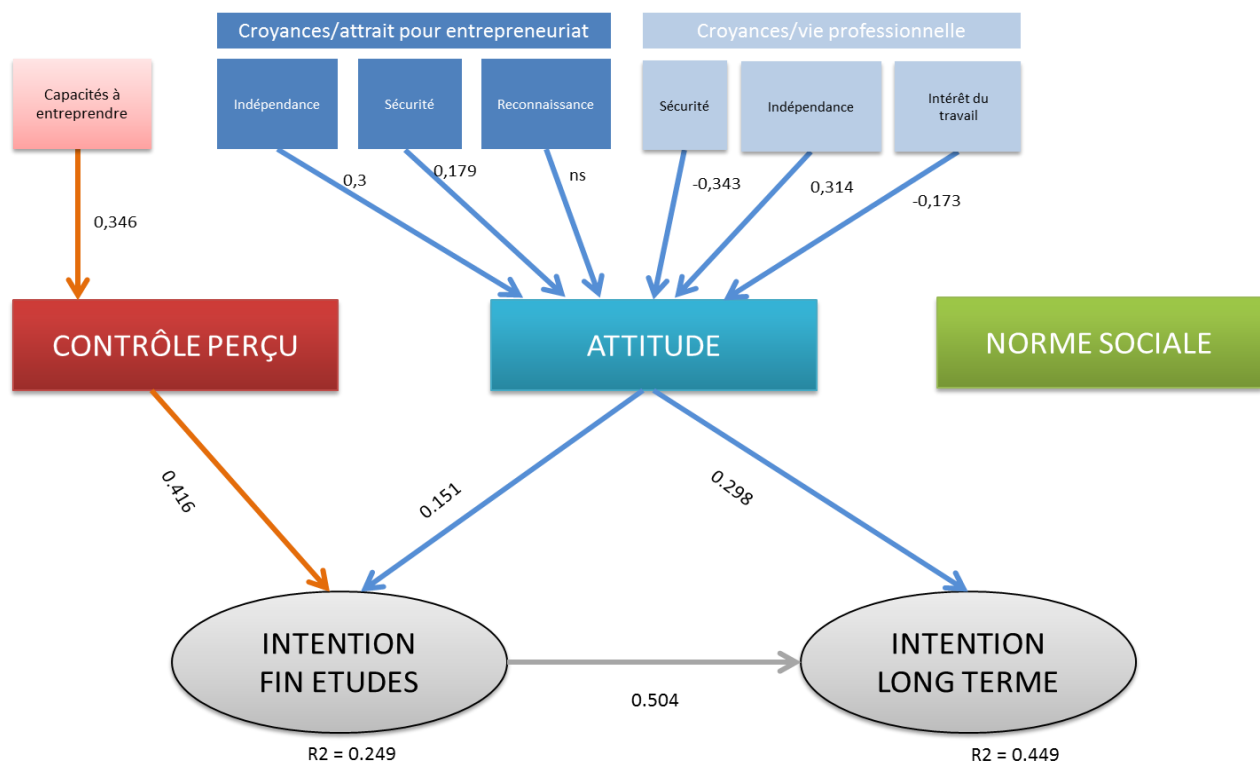
3.2 Les trois sous-modèles d'intention entrepreneuriale

Il ressort trois modèles de construction de l'intention entrepreneuriale avec une influence différenciée des variables (validation de l'hypothèse H1).

3.2.1 Sous-modèle G1

Le premier sous-modèle obtenu (G1) est celui qui rassemble le moins d'étudiants, avec seulement 210 individus (cf. figure 4 ci-dessous).

Figure 4. Sous-modèle interne du processus d'intention entrepreneuriale du groupe 1



Tout comme dans le modèle général, nous validons les hypothèses H1 et H2 sur l'influence du contrôle perçu et de l'attitude sur l'intention. De même, l'hypothèse H3 est infirmée, la norme sociale n'exerce aucune influence.

On note également que, contrairement au modèle général de l'intention entrepreneuriale, l'attitude ne joue pas son rôle de variable médiatrice (H6 et H7). En effet, ni le contrôle perçu, ni la norme

sociale n'impacte l'attitude. De plus, le contrôle perçu n'impacte même plus l'intention à long terme. En revanche, on retrouve la même prédominance de l'influence du contrôle perçu que dans le modèle général : son influence sur l'intention en fin d'études est nettement plus importante (0,416) que celle de l'attitude (0,151). Ceci ne permet pas de valider l'hypothèse H5 de prédominance de l'attitude.

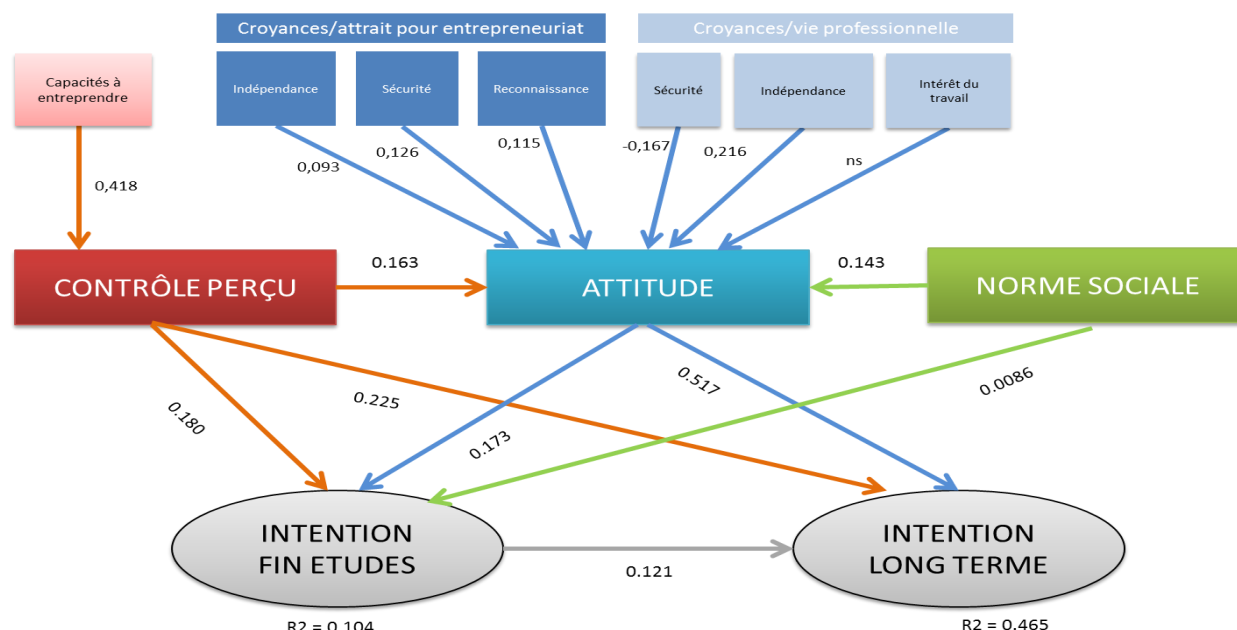
Il existe donc des sous-modèles de construction du processus d'intention entrepreneuriale (H4). Ce point relativise les modèles globaux d'intention. Ainsi, dans ce sous-modèle, l'attitude n'est pas médiatrice (H6 et H7). L'attitude n'est pas nécessairement prédominante (H5), ici le contrôle perçu est dominant dans la formation de l'intention à la sortie des études mais pas à long terme (H8, influence de l'horizon temporel).

Les caractéristiques de ce groupe sont assez marquées : il est principalement constitué de femmes, étudiantes en droit, économie, sciences humaines, arts, lettres ou sciences de la vie et de la santé. Il s'agit donc globalement d'individus issus de filières non traditionnellement étudiées dans les études relatives à l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. D'origines variées, leur niveau d'étude est Bac +1 ou doctorat. Enfin, dans ce groupe 1, se trouvent des personnes qui estiment que les initiatives de créations d'entreprises ayant eu lieu dans leur entourage sont plutôt des échecs. Au final, ces étudiants ne souhaitent pas forcément créer leur entreprise en fin d'études (et à long terme) car ils estiment que l'idée de créer leur entreprise n'est que moyennement attractive et ils ne se sentent que moyennement capables d'entreprendre sur le long terme, et peu capables en fin d'études (voir annexe 3).

3.2.2 Sous-modèle G2

Le deuxième sous-modèle obtenu (G2) est celui qui rassemble le plus d'individus, avec un total de 1318 étudiants (cf. figure 5).

Figure 5. Sous-modèle interne du processus d'intention entrepreneuriale du groupe 2



La modélisation du groupe 2 (H4) permet de valider les hypothèses H1 et H2 sur l'influence du contrôle perçu et de l'attitude sur l'intention en fin d'études et à long terme. La norme sociale a une faible influence mais significative sur l'intention en fin d'études.

De plus, conformément au modèle général, la norme sociale joue un peu sur l'attitude (H6). Il en est de même pour le contrôle perçu (H7). L'attitude se retrouve à nouveau en position de variable modératrice.

Pour ce qui est de l'intention en fin d'études, elle est influencée de manière presque équivalente par le contrôle perçu et l'attitude. En revanche, sur le long terme, l'influence de l'attitude (H5) prédomine largement (0,517) sur le contrôle perçu (0,225).

Les variables n'ont pas la même influence selon l'échéance de temps considérée (H8).

Ce groupe est composé en grande partie de femmes, comme le groupe 1. Ce sont des individus originaires de France, d'un niveau d'études Bac +5. Ils suivent plutôt des formations de droit, économie, sciences humaines et sociales, d'ingénieur ou de technologies. Ils ne connaissent, a priori, que très peu de personnes ayant créé leur entreprise dans leur entourage et, ces rares personnes auraient plutôt connu des échecs. Ce sont des individus qui n'ont pas particulièrement suivi de programme d'éducation à l'entrepreneuriat ; toutefois, ils estiment que celle-ci pourrait s'avérer à la fois utile et intéressante.

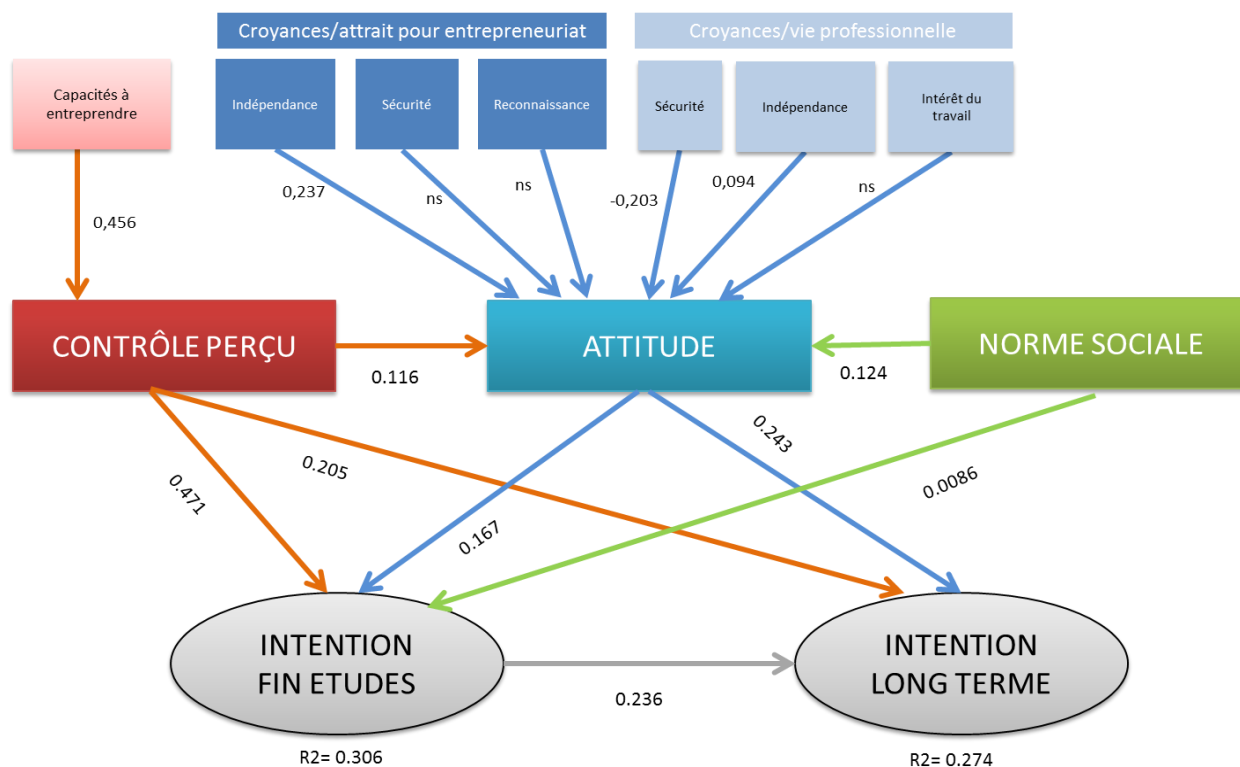
Ce groupe est celui qui a la plus faible intention de création d'entreprise sur le court terme. Sur le long terme, cette intention augmente un peu pour atteindre un niveau moyen. Ces étudiants ont, au global, une attitude plutôt positive sur l'acte d'entreprendre. L'idée de créer une entreprise leur

semble être une idée attrayante (plus forte que dans le groupe 1) mais ils ne se sentent pas capables de créer leur entreprise à court terme (voir annexe 3).

3.2.3 Sous-modèle G₃

Le troisième sous-modèle obtenu (G₃) rassemble 739 individus (cf. figure 6).

Figure 6. Sous-modèle interne du processus d'intention entrepreneuriale du groupe 3



La modélisation du groupe 3 (H₄) permet de valider les hypothèses H₁ et H₂ sur l'influence du contrôle perçu et de l'attitude sur l'intention en fin d'études et à long terme. La norme sociale a une faible influence mais significative (H₃) sur l'intention en fin d'études mais n'exerce aucune influence sur l'intention à long terme comme dans le groupe 2.

La particularité de ce sous-modèle G₃ tient au rôle prédominant que joue le contrôle perçu : elle influence très fortement l'intention sur le court terme (0,471), devant l'attitude (0,167) et, pour la première fois, son influence (0,205) est équivalente à celle de l'attitude (0,243) sur l'intention entrepreneuriale à long terme. Ce point remet en question la prépondérance de l'attitude dans la formation de l'intention entrepreneuriale (H₅).

L'attitude retrouve de nouveau sa position de variable médiatrice en étant impactée à la fois par le contrôle perçu et la norme sociale (H₆ et H₇). La variable d'horizon de temps modifie l'influence des variables (H₈).

Ce groupe est principalement composé d'hommes, inscrits dans une formation de gestion et d'un niveau d'études inférieur à Bac +5 ; ils ont suivi un programme d'éducation à l'entrepreneuriat qu'ils ont trouvé à la fois intéressant et utile. Ils proviennent d'origines diverses et sont globalement entourés de créateurs d'entreprises dont l'initiative entrepreneuriale a été plutôt un succès. Les individus de ce groupe G3 présentent une intention de création d'entreprise moyenne sur le court terme, mais forte sur le long terme. Leur attitude est très positive vis-à-vis de l'acte d'entreprendre. Ils estiment que la création d'entreprise est une idée très attractive et aiment cette perspective de carrière. Ce sont également ceux qui se sentent le plus capables d'entreprendre, que ce soit à court ou à long terme (voir annexe 3).

La modélisation par sous-groupe d'étudiants permet de valider des représentations différentes et des modèles de formation de l'intention différenciés (H4).

4. Discussion

Les résultats montrent que, globalement, il n'existe pas de forte intention entrepreneuriale chez les étudiants interrogés. Toutefois, les données recueillies nous ont permis de mettre en évidence trois profils d'étudiants se distinguant dans leur processus de formation de l'intention entrepreneuriale (cf tableau 3).

Tableau 3. Synthèse : caractérisation des surreprésentations dans les trois groupes

Caractérisation socio-démo	Groupe 1 Les réfractaires	Groupe 2 Les ambivalents	Groupe 3 Les futurs entrepreneurs
Sexe*	Femme	Femme	Homme
Pays origine*	Europe est / ouest ; Océanie / Amérique Sud	France	Europe est / ouest ; Océanie / Asie ; Amérique Sud et Nord
Domaine études*	Droit/éco/SHS ; Arts/lettre ; SVT	Droit/éco/SHS ; Sciences / ingénierie / techno	Gestion ; Arts/lettre ; SVT
Niveau études*	Bac +1 ; Doctorat	Bac+5	Tous les niveaux sauf bac+5
Parents créateurs*	Peu de parents créateurs	Peu de parents créateurs	Parents créateurs
Proches créateurs*	Equilibré	Equilibré	Proches créateurs
Réussite création*	Plutôt des échecs	Plutôt des échecs	Plutôt des réussites
Intention création			
Création CT	Faible	Très faible	Moyenne
Création LT	Moyenne	Moyenne	Forte
Attitude	Moyenne	Moyenne	Très forte
Contrôle perçu	Faible	Moyen	Moyen

*Significatif à 5%

Note : Des tests du Khi-deux ont été effectués entre chaque variable descriptive et les 3 groupes de la typologie. Les modalités qui apparaissent en dessous de chaque groupe sont celles qui caractérisent ces groupes et les différencient les uns des autres.

Il existe des fluctuations dans la structuration du modèle d'intention selon les sous-groupes issues de la typologie (notre hypothèse H₄ est donc vérifiée). Ainsi, le travail de classification hiérarchique fait apparaître trois sous-modèles internes distincts de l'intention et des liens entre variables de différentes intensités. Par exemple, le groupe 3 se distingue particulièrement par l'importance du rôle joué par le contrôle perçu dans le processus de formation de l'intention, ce qui n'est pas du tout le cas pour les groupes 1 et 2. Ce résultat nous amène à penser que des modules d'enseignement différenciés selon le profil d'étudiants visés pourraient être pertinents : ainsi, certains modules pourraient renforcer l'attractivité de l'entrepreneuriat auprès d'étudiants éloignés de la création d'entreprise (G₁ et G₂), d'autres pourraient davantage agir sur les compétences d'étudiants déjà convaincus et désirant passer à l'acte sur le court terme (cas du groupe 3), notamment dans le contexte de création d'un statut national étudiant-entrepreneur pour le passage à l'acte entrepreneurial. Cette typologie est une première en matière d'étude sur l'intention entrepreneuriale ; elle pose ainsi des jalons pour une réflexion autour du contenu des programmes d'éducation en entrepreneuriat tant dans les domaines de la sensibilisation/formation et de l'accompagnement à l'entrepreneuriat.

Un second apport de cette étude se situe au niveau de la distinction entre l'intention en fin d'études et l'intention sur le long terme (H₈). Si des études longitudinales ont déjà été entreprises sur la population étudiante (Byabashaija et Katono, 2011 ; Audet, 2000), elles ne l'ont été que sur les intentions d'entreprendre avant et après une session d'apprentissage, mais jamais (Boissin et al. 2009) sur les intentions à court et à long terme. Nos résultats, en montrant une différence de poids des variables (selon l'horizon temporel considéré), confortent cette nécessité de distinction (CT vs LT). De plus, nous constatons que la prévalence de l'attitude (H₂) ou du contrôle perçu (H₁) dépend non seulement de l'échéance temporelle mais également du profil de l'étudiant. Par exemple, le contrôle perçu joue, dans tous les modèles, un rôle supérieur à l'attitude (en poids de la relation) dans l'intention en fin d'études. En revanche, sur le long terme, c'est l'attitude qui prend le dessus (H₅).

Un troisième apport est de montrer que la norme sociale a une influence qui fluctue en fonction des groupes, et en fonction de l'horizon temporel observé. Ainsi, de manière générale (exception faite du groupe 1 pour lequel la norme sociale n'intervient pas), la norme sociale joue très peu de manière directe sur l'intention, en revanche, son influence indirecte est plus marquée : elle intervient en impactant l'attitude (H₆). Ces résultats ne vont, a priori, pas dans le sens des études de Boissin et al. (2009) et de Krueger et al. (2000) qui concluaient que l'attitude et le contrôle perçu étaient les deux variables explicatives de l'intention, la norme sociale n'étant pas significativement déterminante pour expliquer l'intention de créer une entreprise. Or, en regardant les résultats plus finement, on se rend compte que la divergence de résultats entre ces études et la nôtre s'explique en partie parce que le degré d'incitation à entreprendre perçu par l'étudiant dans son environnement social (=norme sociale) semble agir indirectement sur l'intention, en impactant son attitude vis-à-vis de la carrière entrepreneuriale. Parallèlement, le contrôle perçu a aussi une influence sur l'attitude (H₇). L'attitude est donc généralement une variable médiatrice dans la construction de l'intention entrepreneuriale (H₆ et H₇).

Un quatrième apport réside dans l'influence de l'éducation à l'entrepreneuriat sur l'intention de créer. Ainsi, le groupe 3, attiré par la carrière entrepreneuriale et manifestant une intention marquée vis-à-vis de la création d'entreprise, est composé d'individus ayant suivi un programme d'éducation à l'entrepreneuriat, contrairement aux deux groupes, à l'intention plus faible. Ces résultats viennent donc conforter les investissements et les actions engagés dans les universités et les écoles.

Concernant les caractéristiques sociodémographiques (tableau 3), les trois groupes, aux sous-modèles distincts, présentent des particularités en termes de genre, de domaine de formation, de niveau d'études, d'environnement social ou encore d'origine. Plusieurs constats peuvent être alors faits.

Tout d'abord, et conformément à la littérature (Boissin et al., 2009) le genre semble exercer une influence notable sur l'intention entrepreneuriale. Les femmes ont une intention plus faible que pour les hommes (intention à court terme 1.73 pour les femmes vs 1.98 pour les hommes et intention à long terme 3.19 pour les femmes vs 3.44 pour les hommes). En effet, les groupes 1 et 2 (femmes surreprésentées) présentent une intention d'entreprendre moyenne voire faible, contrairement au groupe 3 (surreprésentation des hommes). Ceci s'explique à la fois par le niveau d'attrait pour la création d'entreprise, qui est plus faible chez les étudiantes que chez les étudiants, mais aussi par la perception de leur capacité à créer ; les étudiantes se déclarant moins capables de créer. Ce résultat va dans le sens de Shinnar et al. (2014). Bousculer les croyances sociales via les programmes d'éducation à l'entrepreneuriat pourrait être une piste intéressante. Ainsi proposer des programmes d'éducation montrant des femmes entrepreneurs en modèle ou encore faire intervenir des femmes entrepreneurs dans les formations pourrait agir sur l'intention d'entreprendre des étudiantes.

Ensuite, l'observation des données de contrôle permet de constater que la filière de formation suivie par l'étudiant semble exercer une influence sur le modèle d'intention. Ainsi, le groupe 3, caractérisé par l'intention entrepreneuriale la plus marquée, est nettement représenté par la filière de gestion. L'explication peut être à double sens : soit c'est l'environnement d'apprentissage (plus proche du monde de l'entreprise et des organisations en général) qui joue sur l'intention, soit c'est la filière qui attire des jeunes à la base sensibilisés et intéressés par la thématique de l'entrepreneuriat. Des études complémentaires pourraient préciser de quelle manière, et dans quelle mesure, la filière de formation joue sur les antécédents de l'intention.

Enfin, nous relevons une influence de l'origine des étudiants sur leur modèle d'intention entrepreneuriale. Les étudiants français seraient ainsi les moins enclins, en France, à entreprendre comparés aux étudiants étrangers, provenant d'Asie notamment. Nos résultats vont dans le sens de ceux de Boissin et al., 2009 (France/Etats-Unis), ou encore Plant et Ren, 2010 (Etats-Unis/Chine) qui soulignent des différences dans les croyances, perceptions et attentes des individus selon le pays d'origine. Cette question de l'influence de l'origine mériterait des études plus approfondies, l'origine intervenant au même titre que de nombreux autres facteurs (genre, expérience professionnelle, sensibilité familiale à l'entrepreneuriat etc.).

Conclusion, implications et limites

Pour conclure, commençons par rappeler que cette étude est originale dans le sens où elle a été appliquée à une population d'étudiants importante. Ainsi, plus de 4000 réponses ont pu être collectées ; ce nombre est considérable si on le compare aux autres études menées sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Nos résultats apportent ainsi une compréhension plus fine du modèle de l'intention entrepreneuriale issu de la théorie du comportement planifié. Ils montrent une évolution du poids des variables, selon l'horizon temporel observé. L'extraction et la caractérisation des trois profils d'étudiants nous apprennent que, selon le groupe considéré, les déterminants de l'intention n'agissent pas de la même manière.

De plus, nos résultats amènent des pistes de discussion sur les implications des enseignants intéressés pour accroître l'intérêt, la capacité, ou plus largement, la sensibilité des étudiants envers l'entrepreneuriat. Ce travail est également une première base solide sur laquelle s'appuyer pour construire des programmes d'éducation à l'entrepreneuriat plus adaptés selon les types de population étudiante (programmes de sensibilisation vs accompagnement-formation à l'entrepreneuriat).

Cette recherche n'est pas exempt de limites. Une première limite du travail réalisé est inhérente au modèle de l'intention : l'intention entrepreneuriale rend simplement compte d'une photographie, à un instant *t*, et dans un contexte particulier (Bratman, 1987 ; Ajzen et Fishbein, 1980). En effet, déclarer une intention ne constitue pas la garantie que l'action, ou le comportement, sera effectivement réalisée. Cependant, nous étudions les représentations d'une population (les étudiants) qui est essentiellement dans une phase de construction de son intention et de décision d'action pour son insertion professionnelles. Notons que notre mesure de l'intention à court et à long terme permet en partie de pallier cette limite. Une observation sur un temps long permettrait de pallier cette limite et de savoir s'il y a, ou non, un décalage entre l'intention à CT et le passage à l'acte.

Une deuxième limite tient au fait que notre étude se concentre davantage sur le modèle interne de l'intention entrepreneuriale, et ne mentionne que partiellement l'influence des paramètres externes.

Une troisième limite tient dans une vision parfois réductionniste de l'entrepreneuriat avec des questions portant sur la seule création d'entreprise. En préambule au questionnaire, nous avons insisté sur une vision large de l'entrepreneuriat (freelance, monde associatif, création d'entreprise) mais par simplification nos questions sont souvent ramenées au contexte de la création d'entreprise.

Concernant les implications managériales ou plus précisément les implications en matière d'éducation et d'accompagnement entrepreneuriaux des étudiants, nos résultats nous conduisent à penser qu'il serait pertinent de créer des modules d'enseignement différenciés selon le profil d'étudiants visés. Ainsi, pour les étudiants ne manifestant qu'un attrait limité pour l'entrepreneuriat, il semble plus pertinent de mobiliser les bons outils pour développer leur sensibilité, et non nécessairement pour augmenter leurs compétences. En revanche, pour ceux ayant déjà un attrait et une intention de créer une entreprise, il convient d'augmenter leur capacité entrepreneuriale. Selon

le genre et les profils d'étudiants, l'énergie requise et les objectifs des programmes d'éducation sont donc très différents ; l'existence de ces sous-modèles internes (différents en fonction des profils) nous invite à penser et à construire des enseignements appropriés aux différentes attentes en développant des programmes de formation ancrés dans l'accompagnement de projets.

Ainsi, nos résultats nous laissent à penser que certains enseignements pourraient renforcer l'attractivité de l'entrepreneuriat auprès d'étudiants éloignés de la création d'entreprise, d'autres pourraient davantage agir sur les compétences d'étudiants déjà convaincus et désirant passer à l'acte sur le court terme. En éclairant le processus de formation de l'intention entrepreneuriale, la recherche semble donc avoir un rôle à jouer pour aider les acteurs à constituer une offre de programmes d'éducation adaptée, et pour garantir une bonne efficacité des enseignements. Il est donc important de développer des modules privilégiant l'apprentissage par l'action tant pour la sensibilisation (projets réels à conduire par exemple dans l'entrepreneuriat social) que pour le passage à l'acte (statut étudiant-entrepreneur avec un accompagnement permettant aussi une formation dans l'action). Ces nouvelles formes de sensibilisation et de formation-accompagnement permettent d'intervenir tout autant sur l'attrait que sur la capacité à entreprendre.

Annexes

Annexe 1. Description de l'échantillon

Variables signalétiques	% valide de l'échantillon
Domaine d'études	
Droit, économie ou sciences sociales	8.3
Gestion, management, commerce	18.5
Arts, lettres, langues et sciences humaines	5.8
Sciences de la vie et de la santé	7.5
Sciences, Ingénierie et technologie	46.8
Autres	13.2
Niveau d'études	
Niveau licence (bac+1 à bac+3)	51.5
Niveau master (bac+4 à bac+5)	35.8
Niveau doctorat	12.7
Genre	
Homme	47.7
Femme	52.3
Age	
Moins de 21 ans	58.8
Entre 21 et 23 ans inclus	40.5
24 et plus de 24 ans	0.7
Origine	
France	91
Europe de l'ouest	2.2
Europe de l'est	0.8
Afrique	3.4
Asie, Océanie	1.9
Amérique du Sud	0.7
Amérique du nord	0
Parents entrepreneurs	
Oui	30.2
Non	69.8
Proximité avec des entrepreneurs	
Oui	54.2
Non	45.8

Annexe 2. Qualité de mesure des concepts mobilisés

		Rho de DG	Nombre d'items associés	Validité convergente (% de variance partagée)
Croyances / capacités à entreprendre	Facteur d'ordre 2 : Croyances/capacité	0.903	14	
	Facteur 1 : Fondamentaux du BP	0.878	5	0.593
	Facteur 2 : Attractivité financière	0.845	3	0.642
	Facteur 3 : Compétences humaines	0.858	6	0.501
Croyances / attrait pour l'entrepreneuriat	<i>Facteur d'ordre 2 : Indépendance</i>	<i>0.866</i>	<i>11</i>	
	Facteur 1 : Autonomie	0.852	4	0.593
	Facteur 2 : Epanouissement	0.840	5	0.512
	Facteur 3 : Goût du challenge	0.769	2	0.601
	<i>Facteur d'ordre 2 : Sécurité</i>	<i>0.842</i>	<i>6</i>	
	Facteur 1 : Tranquillité	0.864	4	0.613
	Facteur 2 : Sécurité	0.903	2	0.822
Croyances / vie professionnelle	<i>Facteur d'ordre 2 : Reconnaissance</i>	<i>0.822</i>	<i>4</i>	
	<i>Facteur d'ordre 2 : Sécurité</i>	<i>0.842</i>	<i>7</i>	
	Facteur 1 : Tranquillité	0.850	5	0.534
	Facteur 2 : Sécurité	0.904	2	0.563
	<i>Facteur d'ordre 2 : Indépendance</i>	<i>0.903</i>	<i>14</i>	
	Facteur 1 : Reconnaissance	0.818	4	0.528
	Facteur 2 : Epanouissement	0.807	6	0.824
	Facteur 3 : Autonomie	0.837	4	0.413
	<i>Intérêt du travail</i>	Non calculé	1	Non calculé
	Contrôle perçu	0.828	2	0.705
	Norme sociale	0.864	4	0.602
	Attitude	0.874	2	0.775
	Intention fin d'étude	Non calculé	2	0.584
	Intention à terme	Non calculé	1	Non calculé

Annexe 3. Analyse descriptive des principales variables

Variables	Moyennes	G1	G2	G3
Intention d'entreprendre				
Probabilité de créer une entreprise à la fin des études?	1.86	1,91	1,31	2,81
Probabilité de créer un jour une entreprise dans sa vie professionnelle?	3.32	2,85	2,93	4,14
Attitude				
Idée de créer attractive	3.91	3,09	3,58	4,73
Aimer créer son entreprise	3.4	2,41	3,02	4,36
Contrôle perçu				
Capable à la fin des études de créer son entreprise	2.32	2,17	1,99	2,95
Capable à terme de créer son entreprise?	3.66	3,18	3,44	4,19
Normes sociales				
L'opinion de votre famille	4	3,64	3,67	4,06
L'opinion de vos amis	3.46	3,78	3,92	4,21
L'opinion de ses profs	3.45	3,57	3,68	3,86
L'opinion des gens importants	4.04	3,73	3,82	4,22

Références

- Ajzen, I. (1987). « Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology ». *Advances in experimental social psychology*, 20(1), 1-63.
- Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*", 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). "Understanding attitudes and predicting social behavior", Prentice-Hall, Inc, 278 p.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). « Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review ». *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Audet, J. (2000). "Evaluation of two approaches to entrepreneurship education using an intention-based model of venture creation". *Academy of Entrepreneurship Journal*, 6(1), 58-63.
- Boissin, J. P., Branchet, B., Emin, S., & Herbert, J. I. (2009). "Students and entrepreneurship: a comparative study of France and the United States". *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22(2), 101-122.
- Bratman M. (1987). *Intention, Plans, and Practical Reason*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Byabashaija W., Katono I. (2011). "The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16 (2), 27-144.
- Carrier, C. (2000). Défis, enjeux et pistes d'action pour une formation entrepreneuriale renouvelée. *Gestion* 2000, mai-juin, 149-163.
- Chin, W.W. & Dibbern, J. (2010). An introduction to a permutation based procedure for multigroup PLS analysis : Results of tests of differences on simulated data and a cross cultural analysis of the sourcing of information system services between Germany and the USA. *Handbook of partial least squares*, pp. 171-193.
- Diochon, M., Gasse, Y., Menzies, T., & Garand, D. (2002). Attitudes and entrepreneurial action: exploring the link. *Administrative Sciences Association of Canada Proceedings*, Winnipeg, Manitoba.
- Esposito Vinzi, V., Squillacciotti, S. & Tenenhaus, M. (2008). "REBUS-PLS: A response-based procedure for detecting unit segments in PLS path modelling". *Applied Stochastic Models In Business and Industry*, Vol. 24, pp. 439-458.
- Farooq, O., Merunka, D. & Valette-Florence, P. (2013). Employees' Response to Corporate Social Responsibility : An Application of A Non Linear Mixture REBUS Approach. In *New Perspectives in Partial Least Squares and Related Methods*. Springer New York:257-268.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). "Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431-440.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sinkovics, R.R. (2009). The use of partial least squares path modelling in international marketing. *Advances in International Marketing*, Vol. 20, pp. 277-319.
- Kolvereid, L. (1996). "Prediction of employment status choice intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, fall 1996.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. J. (2012). *The Psychology of the Entrepreneur*. Perspectives in Entrepreneurship: A Critical Approach, 27-39.
- Krueger N.F (1993). "Impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability". *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(1), 5-21
- Krueger N.F (2000). "The cognitive infrastructure of opportunity emergence", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24 (3), 9-27.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions" *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-27.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). "The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT". *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Moreau, R. & Raveleau (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale. *Revue internationale PME*, 19 (2), 101-131.
- Plant R. & Ren J. (2010). "A comparative study of motivation and entrepreneurial intentionality : Chinese and American perspectives". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(2), 187-204

- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). "Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions". *In* Fayolle, Kiro et Linan, Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship, 60.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). "The social dimensions of entrepreneurship", *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Schlaegel, C., Koenig M. (2014). "Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2), 291- 332.
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C. (2014). "Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally", *The International Journal of Management Education*, 12(3), 561-570.
- Shook, C. L., Priem, R. L., & McGee, J. E. (2003). "Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis", *Journal of Management*, 29 (3), 379-399
- Tkachev, A., & Kolvereid, L. (1999). "Self-employment intentions among Russian students", *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(3), 269-280.
- Tounés, A. (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français », *La revue des sciences de gestion*, 219(3), 57-65.