

L'impact du profil de l'entrepreneur sur l'échec entrepreneurial

Houda Ben Zarroug, Habib Affes

Maitre assistant a universite Shaqra

Professeur d'enseignement supérieur titulaire chez

Université de Sfax; FSEG de Sfax

Abstract

Les caractéristiques de l'entrepreneur forment sa conception de l'environnement. Elles consistent en des associations que l'individu fait à l'égard d'un objet ou d'un sujet donné. Par exemple, un entrepreneur peut être associé à différents concepts. Certains peuvent considérer qu'il s'agit d'un homme d'action, d'un inventeur alors que d'autres peuvent le voir comme un gestionnaire ou encore quelqu'un qui n'est intéressé que par l'argent. Il en va de même avec l'esprit d'entreprise. L'esprit d'entreprise est une question de mentalité. Il ne s'agit pas seulement de démarrer une entreprise, mais cela peut être perçu comme tel par beaucoup. Franke et Lüthje (2003) ont montré que les motivations sont directement affectées par les caractéristiques spécifiques d'un individu. Par conséquent, l'image de l'homme d'affaires concernant les facteurs affectant le développement de l'entrepreneuriat et les obstacles au démarrage d'une entreprise sont des éléments qui peuvent avoir un impact sur les moteurs et l'attitude générale à l'égard de l'entrepreneuriat. Parmi les seules attitudes et capacités de nature psychologique, il existe un sentiment de peur de l'échec en cas d'engagement. Cette peur de l'échec provient de caractéristiques personnelles et / ou de la société, sans aucun doute, d'une qualité perçue inférieure des opportunités

D'un autre côté, avoir des opportunités est une condition de créativité et une composante essentielle du processus entrepreneurial. Des opportunités peuvent être créées à l'initiative de l'homme d'affaires ou apparaître à partir de son environnement.

Dans tous les cas, il y a une construction de la part de l'entrepreneur pour transformer l'idée d'opportunité en projet de création. Cette attitude des opportunités s'effectue de façon sélective : l'un la percevra alors que l'autre l'ignorera. L'attitude dépend aussi du potentiel de l'entrepreneur ou du candidat à la création d'entreprise. Selon qu'il estime disposer des aptitudes et compétences nécessaires à la création, il percevra davantage d'opportunités et les jugera souvent plus favorablement

I) L'échec entrepreneurial et l'entrepreneur

La recherche s'est beaucoup concentrée sur les entreprises en difficulté (voir Koenig, 1985 ; Guilhot, 2000). Au départ, elle s'est principalement concentrée sur les causes de l'échec (Malécot, 1991). Celles-ci ont été considérées sous l'angle macroéconomique ou microéconomique et en particulier sous des angles financiers, et ce dans différents contextes (par exemple, Beaver, 1966 ; Dimitras et al. 1996 ; Kharazi et Asina, 2016). Le but de ces méthodes est de définir des modèles généralement prédictifs pour identifier les sociétés défaillantes à haut risque (Scott, 1981 ; Lelogeais, 2003). Les causes de défaillance sont également expliquées par des facteurs externes, environnementaux ou internes propres à l'entreprise (par exemple, Mellahi et Wilkinson, 2004). De nombreux travaux ont également porté sur les aspects procéduraux.

C'est-à-dire juridique (par exemple, Altman et al., 2009 ; Pietrancosta et Vermeille, 2010) et procédural, par exemple relativement pour différentes voies (Argenti, 1976 ; Moulton et al., 1996), ce qui permet également de comprendre ce qui est arrivé à Mis en œuvre dans le cadre d'actions collectives (Platt et Platt, 2002 ; du Jardin et Séverin, 2014). Dans cette perspective, l'objectif, souvent présenté, est de déterminer le traitement précoce des difficultés à l'origine de tels cas (par exemple Caste et Zerbib, 1979).

Bien entendu, un autre niveau d'analyse de l'échec entrepreneurial est le niveau potentiel d'un entrepreneur (Jenkins et McKelvie, 2016 1). Ucbasaran et al. (2013), sur la base de la revue de la littérature, a mis en œuvre une combinaison de travaux centrée sur le maître d'ouvrage. La première note concerne la définition de l'échec. Ces auteurs ont identifié trois types de définition de défaillance : la faillite, la non-continuité des biens en raison de la solvabilité et la non-continuité des biens en raison du faible taux de rendement pour l'entrepreneur. L'idée d'une sortie semble être un élément clé pour définir l'échec d'une initiative (Jenkins et McKelvey, 2016), même si toutes les sorties ne sont pas considérées comme une conséquence de l'échec (Weinberg et al., 2010 ; DeTienne et al., 2015). Ucbasaran et al. (2013) classent les contributions du travail analysé en trois domaines selon qu'elles se rapportent aux coûts dus à l'échec, aux processus psychosociaux au travail et aux résultats de l'échec. Les coûts sont financiers, sociaux (influencant les relations personnelles et professionnelles), psychologiques (émotionnels et motivationnels) et se chevauchent (par exemple, Shepherd et al., 2009). En réintroduisant le droit de faire des erreurs dans une approche d'échec, nous réintroduisons simplement les gens dans les discussions académiques et sociétales. Si le niveau d'analyse de la recherche en entrepreneuriat est individuel, peu d'entreprises cherchent à comprendre l'individu lui-même, l'entrepreneur en difficulté. Le doctorat de Khalil (2011) est la première réponse à cette question : qui sont les entrepreneurs qui ont échoué ? L'auteur spécifie donc un modèle qui met en évidence la diversité des profils (Khalil, 2016).

Les travaux liés à l'échec de l'organisation des projets peuvent être demandés selon des thèmes généraux selon que le niveau d'analyse est l'entreprise ou l'entreprise et si ce qui a été analysé cherche à identifier les problèmes impliqués, ou se rapporte aux causes ou aux conséquences de l'échec .

Échec entrepreneurial	Entreprise	Entrepreneur
Identification	Détection des entreprises en difficulté	Profiles
Causes	Macro-économiques/ micro-économiques Facteurs externes/internes Trajectoires de l'échec	Peur de l'échec Insuffisante rentabilité, Déception entrepreneuriale
Consequences	Disparition, rachat, procédures collectives Trajectoires post-procédures collectives	Coûts Apprentissage, sensemaking Rebond

II) L'entrepreneur : ses caractéristiques et ses motivations

Dans certaines cultures, un entrepreneur est présenté comme un héros des temps modernes. Dans d'autres cas, il est absorbé par le capitaliste qui exploite les masses laborieuses. Certains distinguent l'entrepreneur, innovateur et axé sur le profit, du propriétaire dirigeant, motivé par des aspirations personnelles et familiales (Carland, 1984). Le terme « entrepreneur » est souvent utilisé pour représenter des faits complètement différents les uns des autres (président du barreau ou dirigeant d'une entreprise de technologie). Alia est cotée à la bourse Nasdaq, fondatrice d'une organisation caritative ou héritière d'une entreprise familiale) Exactement ? Tous les entrepreneurs ont-ils des motivations similaires ? Peut-on isoler les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs ? Sont-ils tous motivés par des objectifs similaires ? Peut-on isoler les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs ? Qualités des entrepreneurs ? Sont-ils innés ?

Le terme "entrepreneur" remonte à la fin du 17ème siècle (verin, 1982). Quand est-il apparu en français pour être repris plus tard en anglais ? Le terme a fait l'objet de nombreuses définitions. En fait, les chercheurs orientés vers les entreprises appartiennent à de nombreuses disciplines différentes et les définitions présentées dépendent généralement de la discipline dont provient le chercheur. Historiquement, on peut distinguer deux approches principales de l'entrepreneur : l'approche fonctionnelle et l'approche heuristique (casson1982). Le premier identifie le propriétaire du projet à travers son travail (peu importe).

Cependant, la recherche sur la personnalité n'a pas créé une image psychologique absolue d'un homme d'affaires (Filion, 1997) et n'a pas prédit le comportement de l'initiative. Cet échec peut être attribué en partie au fait que l'approche par attribut néglige l'impact environnemental sur les entreprises et l'émergence d'un comportement entrepreneurial. L'effet de l'environnement sera sur la troisième section. Aujourd'hui, les

traits entrepreneuriaux ne sont plus considérés comme exclusivement innés, mais nous pensons qu'ils peuvent également être acquis.

C'est la question que nous retrouvons également dans les différents modes d'entreprendre formels, depuis le travail de Sai à nos jours : L'entrepreneuriat est-il inné ou acquis ? La dernière section tentera d'y répondre et d'identifier les objectifs de recherche actuels des institutions. Avant d'aborder ces points, la première section de ce chapitre identifiera l'entrepreneur et posera des questions sur sa motivation et comprendre pourquoi le concept est complexe et multiforme. Cette complexité a amené certains auteurs à proposer des modèles innovants.

II)-1-Le profil entrepreneurial

Il y a plusieurs raisons de créer une entreprise. Cela dépend de chacun. Tout le monde n'a pas le même goût de créer une entreprise et certains pensent ne pas avoir ce qu'il faut pour créer une entreprise. Seulement un résident sur dix a un profil d'entrepreneur. Un grand nombre d'individus peuvent devenir entrepreneurs, ils ont les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs et peuvent réaliser leur potentiel. Questionnaire d'auto-évaluation "Ai-je un profil d'entrepreneur ? Peut aider ces personnes à déterminer leur position par rapport à une éventuelle décision de créer leur propre entreprise. (Pour un aperçu détaillé des principales études sur les caractéristiques entrepreneuriales, voir Yvonne Gasse et Allen de Loves, Profession : Entrepreneur, Éditions Transcontinental, Montréal, 2000).

Cependant, on peut affirmer qu'une personne ayant un profil similaire à celui des entrepreneurs est généralement plus motivée à créer une entreprise et que des compétences similaires et un comportement approprié lui faciliteraient la tâche. Cependant, les précédents jouent un rôle clé dans la décision de créer une entreprise et des incitations incitent à l'action.

i. Les antécédents de l'entrepreneur

L'histoire crée l'entreprenariat : la présence d'un parent propriétaire d'une entreprise ou d'un travail indépendant, ou voyant ses proches créer une entreprise ou avoir leur propre expérience dans une PME... Il est facile d'être travailleur indépendant lorsque nous sommes en mesure de démythifier Travail communautaire, apprendre le fonctionnement des petites entreprises et avoir un réseau de relations. Les compétences techniques sont souvent développées dans les entreprises et la connaissance du secteur est un autre atout important.

D'autre part, l'éducation qu'il a reçue peut avoir favorisé l'esprit créatif et la capacité d'autonomie. Certaines cultures accordent plus d'importance à la réussite financière et aux affaires. Celles-ci sont plus traditionnelles ou peuvent être considérées comme le seul moyen de travailler à l'autosuffisance économique et au progrès social.

II)-2-Les motivations de l'entrepreneur

Ce qui motive ses affaires, c'est souvent le besoin d'épanouissement personnel. Le besoin en énergie existe aussi, mais il est généralement moins urgent. Le besoin d'autonomie et de créativité est toujours à la base du développement d'une entreprise privée.

Relevez le défi. J'aime faire des choses difficiles et faire face à des projets difficiles. Définissez vos propres objectifs. Vous avez vos propres normes d'excellence. Vous voulez exploiter tout son potentiel et son progrès. Concentrez-vous sur l'efficacité et les résultats. Rechercher un contrôle sur les ressources liées à la mise en œuvre du projet et tendre aux résultats de propriété. J'adore travailler avec des experts et améliorer constamment leurs performances.

Voulez-vous être le patron et ne pas avoir à suivre les instructions des autres. J'aime conduire et influencer les gens pour les amener à faire ce qu'ils veulent. Continuez à mobiliser des ressources et des personnes pour servir vos propres objectifs. Prendre des responsabilités et des personnes. J'aime concourir et gagner. Cherchez à se distinguer et à occuper le devant de la scène. Voulez-vous atteindre le statut et établir une réputation.

J'aime être indépendant des personnes, des limites et des limitations. N'acceptez pas la conformité. Supprimez les restrictions et directives prédefinies. Vous voulez décider seul et agir comme vous le souhaitez. Ne comptez pas sur le soutien émotionnel ou social des autres. Soyez libre de choisir les

dépendances en fonction des besoins et du prix à payer. Recherchez des situations qui laissent beaucoup de marge de manœuvre et vous permettent de faire preuve de votre entière initiative et de votre créativité.

J'aime les idées originales. Envie de faire les choses différemment. Imaginez de nouvelles façons d'utiliser des objets ou des processus quotidiens. Trouvez des moyens plus efficaces de faire le travail. Aimer les idées créatives et vouloir les réaliser. Recherche de nouveaux produits

II)-2-1- Les Aptitudes de l'entrepreneur

Les capacités sont une combinaison de caractéristiques qui supposent la capacité de développer des réponses structurées à des situations. Ce sont en quelque sorte des compétences latentes développées à travers des expériences et des succès auxquels un individu peut faire appel selon les circonstances.

Ayez confiance en vous et en votre potentiel. Se faire confiance. Croyez en votre capacité à réussir dans ce que vous faites. Je sens la tâche et les décisions à prendre. Assurez-vous d'obtenir de bons résultats. Vous avez une vision positive de vous-même et de vos capacités. Fixez-vous une grande valeur personnelle.

Libérer de l'énergie et de la vitalité. Vous avez une grande force de travail et une longue endurance. J'aime être constamment occupé et tu as mille choses à faire. Adoptez un rythme de travail intense et une demande de votre part. Aimer l'activation et la production. Investissez pleinement dans ce que vous avez fait quand vous faites cela.

Allez au bout de ce que l'on entreprend. Être obstiné dans la poursuite de ses objectifs. Persévérer dans la résolution de problèmes. Ne soyez pas intimidé par des difficultés ou des obstacles. N'ayez pas peur de travailler dur et pendant de longues périodes pour obtenir ce que vous voulez. Faites tous vos efforts pour réussir et conjurer l'échec.

Capacité à supporter un niveau de stress élevé avant d'atteindre les limites de l'endurance. Capacité à travailler dans des conditions de travail difficiles ou inhabituelles sans nuire aux performances. Soyez tolérant de l'incertitude. Capacité à s'adapter facilement à différentes situations et à ne pas craindre le changement. Voyez le stress comme un stimulant positif, une incitation à agir, un signal pour doubler l'effort et un effet sexy... Recherchez les sensations que procure le stress.

Être capable de représenter des positions, d'identifier des éléments importants et leurs interrelations. Vous avez une vision personnelle des choses. Démontrer sa capacité à résoudre des problèmes complexes. Ils ont la capacité de juger de manière globale. Soyez intuitif dans l'application de faits ou de principes dans de nouvelles situations. Jetez rapidement un coup d'œil sur les résultats à atteindre. Considérez plusieurs alternatives simultanément pour résoudre un problème. Facilement emprunter à d'autres domaines d'activité. Être capable de s'adapter dans un environnement multi-qualifié.

Faire preuve de leadership, former les autres, être capable de planifier, d'organiser, de mobiliser et de contrôler.

II)-2-2-Les attitudes de l'entrepreneur

Les attitudes sont influencées par les perceptions. Ce sont des positions prises consciemment ou non par rapport à des positions virtuelles ou réelles. S'ils ne lancent pas en eux-mêmes une intention ou une action, ils affecteront leur direction et leur chemin.

Voir la concurrence comme un facteur d'efficacité des entreprises. J'adore rivaliser avec des adversaires de cette taille. Voir la possibilité de rivaliser en tant que catalyseur de performance. Combats stratégiques que vous aimez évaluer et contrecarrer la concurrence dans le secteur.

Nous croyons au besoin de changement pour réussir. Soyez prêt à vous adapter, à changer. Créer des opportunités de changement. J'aime m'adapter à la diversité. L'ouverture aux opportunités résultant du changement est l'ensemble des postes pouvant créer une entreprise.

II)-2-2-3- Les apports théoriques centrés sur la motivation entrepreneuriale

Le but de notre étude est de découvrir les caractéristiques spécifiques de l'entrepreneur en tant que facteur déterminant le plus illustratif. En théorie, certains chercheurs en entreprise reconnaissent que les caractéristiques des entrepreneurs ont une influence déterminante sur le succès de leur entreprise (Mc Clelland, 1961). Ainsi, dans cette section, la motivation est l'un des indicateurs de la volonté d'essayer, les motivations réelles et les efforts qu'un individu désire accepter pour agir d'une manière particulière (Azjen,

1991). Le cadre analytique repose sur une définition précise de la motivation, sur l'identification des antécédents de motivation associés aux caractéristiques des entrepreneurs.

Sur la base de tous les travaux de Chen, Greene et Crick, 1998 ; Rotter, 1996 ; Koh, 1996; Corato et Hodgetts, 1995; Cromie, Callaghan et Jansen, 1992; Chell, Haworth et Brearley, 1991; Caird, 1991), au niveau La méthodologie, le cadre analytique est basé sur une échelle originale de motivation entrepreneuriale qui couvre cinq dimensions principales: réalisation, indépendance, contrôle, risque et créativité.

Par conséquent, les caractéristiques spécifiques d'un homme d'affaires jouent un rôle majeur dans ses motivations et ses goûts personnels, et ils jouent un rôle particulièrement essentiel tant que la création de l'entreprise est un travail nécessaire pour eux dans lequel ils s'expriment personnellement et leur future entreprise » (Albert, Mougenot, 1988). « Au cours du processus de construction, l'entrepreneur ajuste souvent ses vues ou ses objectifs, apprend des choses et son projet peut également évoluer et engager de nouveaux partenaires » (Bruyat, 1994, page 96).

L'âge est l'une des principales caractéristiques du besoin de réussite. En effet, de nombreuses études (Hambrik et Mason 1994, Davidson 1994, Weinzimmer 1993) indiquent une relation très forte entre l'âge et le besoin de réussite. Ce besoin de réussite peut être lié à un désir de créer quelque chose de nouveau (Donckels, 1989) ou d'appliquer des connaissances pré-acquises. Ainsi, certains chercheurs souhaitent pousser des résultats de recherche vers une exploitation économique et optent dès lors pour la création de leur propre entreprise.

De plus de point de vue théorique, il y a un lien entre le niveau des études et la motivation entrepreneuriat. Les études supérieures permettent à l'individu de mieux faire face aux problèmes et de saisir les opportunités dont dépendent la création et la gestion de l'entreprise 13(A.P. Julien). En effet, de nombreuses études empiriques¹⁴ (Cooper 1994 ; Cressy 1996 ; Taylor 1999 ; Montgomery 2005 et Almus 2002) constatent, effectivement, que le niveau d'instruction du créateur a un impact positif sur la réussite de l'entreprise. Ces idées nous amènent à émettre les hypothèses suivantes :

H1 : le profil de l'entrepreneur devrait avoir un impact significatif sur la motivation à entreprendre.

II)-2-2-4- Les théories mobilisées pour expliquer les attitudes entrepreneuriales

Les attitudes sont constituées des perceptions, des dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose. Par définition l'attitude est " une tendance ou prédisposition de l'individu à évaluer d'une certaine manière un objet ou le symbole de cet objet ". Ainsi, l'attitude ressort comme un facteur de l'environnement ayant le plus d'influence sur les attitudes entrepreneuriales (Audet, Riverin et Tremblay, 2005). Il existe notamment un lien important entre le modèle parental et la sensibilisation à l'entrepreneuriat (Moreau et Raveleau, 2006 ; Scott et Towney, 1988)

Les approches fondées sur les valeurs personnelles

Le milieu d'origine des étudiants semble avoir une certaine influence sur leurs attitudes relatives aux freins et aux facteurs influençant le développement de l'entrepreneuriat. Les aspirations professionnelles varient aussi selon le milieu d'origine. De plus en plus d'études s'intéressent à la relation entre les aspects de la culture et les attitudes de l'entrepreneur (Busenitz, Gomez et Spencer, 2000 ; Davidsson, 1995a ; Huisman, 1985 ; Lee et Peterson, 2000 ; McGrath et MacMillan, 1992 ; Mueller et Thomas, 2000 ; Tiessen, 1997 ; Wennekens, Noorderhaven, Hofstede et Thurik, 2002). C'est sans doute le plus important trait de personnalité de l'entrepreneur. Etre ambitieux, c'est voir loin et grand. Du fait de sa passion, et de sa confiance en soi, l'entrepreneur envisage le développement de son projet dans la durée. Les moyens dont il dispose au départ sont faibles, mais tout ce qui compte c'est la croissance de l'entreprise, le développement de l'idée, l'amélioration d'un concept, voir l'émergence de nouveaux concepts. A l'opposé, une personne qui ne se concentre que sur le présent et ne pense pas aux potentialités de développement de son idée n'est pas un entrepreneur. Etre ambitieux, c'est donc avoir le comportement d'un entrepreneur, même si on ne l'est pas officiellement. Or, les différences culturelles apparaissent non seulement entre les pays, mais se font aussi sentir entre les régions d'un même pays, d'une même province.

H2: le profil de l'entrepreneur affecte directement et significativement les attitudes de l'entrepreneur

III) Le profil de l'entrepreneur : un angle d'analyse des aptitudes entrepreneuriales

Les aptitudes entrepreneuriales sont mesurées à travers des traits de caractère tels que la persévérance, l'intérêt pour l'innovation ou le goût pour les changements et la concurrence.

Une aptitude est une façon particulière de se représenter quelque chose, c'est-à-dire une catégorie cognitive qui aide à analyser et à comprendre son environnement (Kelly, 1991). Par exemple, la confiance en soi, la tolérance et la persévérance d'un individu forment sa conception de l'environnement. Elles consistent en des associations que l'individu fait à l'égard d'un objet ou d'un sujet donné. Par exemple, un entrepreneur peut être associé à différents aptitudes. Certains peuvent considérer qu'il s'agit d'un homme d'action, d'un inventeur alors que d'autres peuvent le voir comme un gestionnaire ou encore quelqu'un qui n'est intéressé que par l'argent. Il en va de même avec l'esprit d'entreprise. L'esprit d'entreprise est une question de mentalité. Il ne se résume pas seulement à la création d'une entreprise mais peut être perçu comme telle par plusieurs. (Davids, 1963). Il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser efficacement certaines actions. Les individus qui ont une grande confiance en eux sont plus à même de persévérer lorsque les problèmes apparaissent et d'agir pour résoudre les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans des perspectives à long terme. Par ailleurs, des auteurs comme Timmons et ses collègues (1977) listent plus de vingt caractéristiques qui différencient les entrepreneurs. Herron et Robinson (1993), Naffziger, Hornsby et Kuratko (1994) proposent deux modèles d'étude selon les traits de personnalité d'un homme d'affaires : motivations, compétences, aptitudes, compétences et expériences avec l'interaction de l'environnement personnel (également appelé immédiat) et externe. Deux modèles où je me rends compte que les compétences jouent un rôle majeur. Franke et Lüthje (2004) ont montré que les compétences d'un entrepreneur sont directement affectées par les caractéristiques émotionnelles et cognitives d'un individu, qui influencent les conséquences de ses choix et montrent une grande compréhension de ses attitudes. Ses décisions doivent être réfléchies et mises en œuvre à temps pour prendre le relais.

Cependant, cette diversité peut se traduire par deux propriétés. Comme le souligne Lichtenberger (2006), aptitude couvre deux créateurs qui, à notre avis, les valorisent particulièrement dans les cas de création et de développement entrepreneurial.

En effet, bien que le fait d'entreprendre inspire l'action, l'engagement et la mobilisation efficace de ressources, cela peut aussi procurer la sensation de devoir renoncer à un certain sentiment de sécurité, tolérer l'incertitude et quitter sa zone de confort. Ainsi découle l'hypothèse :

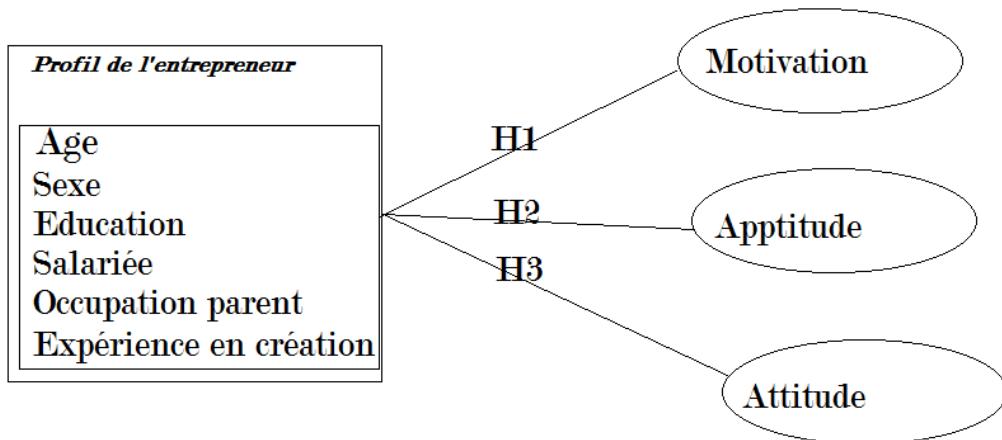
H3 : le profil de l'entrepreneur affecte significativement les aptitudes entrepreneuriales

La présente section expose la méthodologie de recherche choisie en vue de réaliser notre étude empirique. À ce point, une réflexion d'ordre méthodologique requiert l'examen de deux points : la mise en œuvre de la collecte des données et le choix des critères de vérification de la qualité des instruments de mesure.

Pour nous assurer que les questions posées nous permettent bien de satisfaire à notre problématique et traiter nos différents sous objectifs de recherche. Nous avons suivi une grille de recueil des données afin de s'assurer que le questionnaire comprend bien toutes les questions essentielles mais aucune question superflue.

Cette partie présente notre approche du terrain et détailler les principales sources d'erreur d'une enquête par sondage. Nous avons ainsi précisé les précautions prises en vue de caractériser et évaluer la représentativité de nos échantillons au regard de l'erreur de la couverture. Enfin, nous avons traité des critères retenus pour nous assurer de la qualité de nos instruments de mesure.

Pour plus de clarté, nous le représentons, sur la figure 1.



Nous avons utilisé les échelles de Likert pour mesurer chacun des items relatifs aux motivations, aptitude, et les attitudes. Ces échelles sont mesurées par des valeurs allant de 0 à 5 selon les attitudes des répondants relatives à chacun des items retenus. Enfin, pour valider nos hypothèses de recherche nous avons recouru aux tests de la normalité (basé sur les coefficients d'asymétrie et aplatissement). Compte tenu de ce constat, il convient de mobiliser les tests statistiques adéquats.

Avant de présenter les résultats de l'analyse factorielle confirmatoire, nous souhaitons préciser les conditions de sa mise en œuvre. L'analyse a été réalisée grâce à l'utilisation du module Graphique du logiciel MINITAB 7. La méthode Varimax normalisé a été retenue. Les indicateurs d'aplatissement et d'asymétrie ont été analysés (se reporter à l'annexe pour l'examen de la normalité des variables de l'étude). Certaines variables de mesure ne peuvent pas être considérées comme pseudo-normales. Nous avons, en conséquence, préféré avoir recours à une procédure de la projection nettoyée (saturation) des items retenus et ce, pour chacune des variables relatives aux motivations, aptitudes, et les attitudes.

3.1.1. La variable motivation de l'entrepreneur

Comme le montre le tableau 1, cinq axes factoriels sont retenus vu que le pourcentage d'inertie expliquée par ces axes est de l'ordre de 88.1 % et présentant des valeurs propres supérieures à 1.

Ce pourcentage traduit que les valeurs propres des axes retenus restituent une bonne proportion de l'analyse du fait que la somme de l'inertie expliquée par chacun des axes représente une partie importante de l'inertie totale.

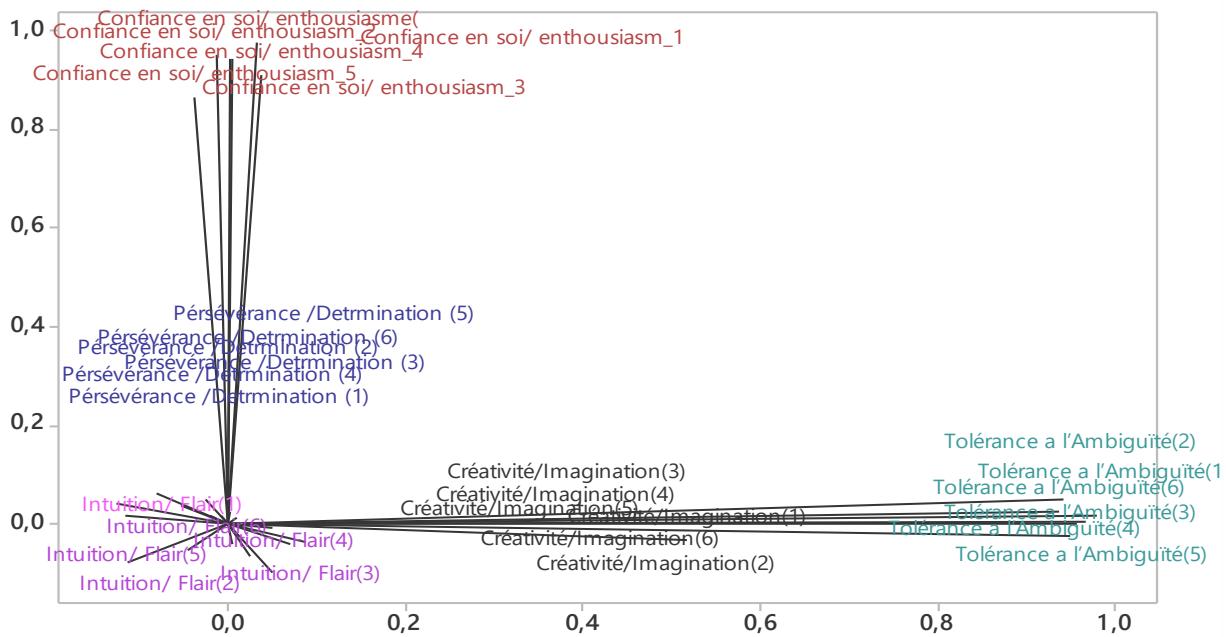
De plus, la figure 1 conforte ce choix, étant donné que les cinq premiers axes présentent des valeurs propres qui dominent les autres. Autrement dit, la somme en pourcentage de 88.1% traduit la fiabilité de la lecture des « mappings » (projections) et donc, d'une bonne qualité globale explicative de l'analyse.

De plus, l'analyse factorielle menée sur les items propres aux différentes types de motivation montre que le premier axe factoriel et essentiellement représenté par les items relatifs au « déficit et ambition ». En effet, ces items présentent chacun au moins un poids factoriel de l'ordre de 0.926. La variance expliquée par cet axe factoriel est de 20.4 % du total de la variance expliquée

De leur côté, les variables relatives à la « reconnaissance-réputation », la « réalisation-réussite », le « pouvoir-contrôle » et l'« autonomie-liberté » forment respectivement les quatre autres axes factoriels lesquels expliquent respectivement 17.2%, 17 %, 16.9 % et 16.6% de la variance totale expliquée. Le poids factoriel minimal des items propres à ces variables est de 0.528. Le mapping ci-dessous, montre que les items relatifs à chacune des variables propres à la motivation ont généralement proches les uns des autres et relativement éloignés du centre. Ce nuage de point reflète une bonne qualité de la représentation.

Figure 1 : ACP normalisée de la Motivation

Projection nettoyé des variables de l'Aptitude sur le premier plan factoriel(1)



En outre, le résultat montre un coefficient de Cronbach de 0.8826 ce qui nous donne un résultat satisfaisant vu qu'il dépasse le seuil d'acceptation fixé dans notre étude traduisant ainsi la fiabilité des 30 items retenus. Ces résultats nous amènent à retenir la totalité des items mesurant la motivation.

De leur côté, les variables relatives à la « reconnaissance-réputation », la « réalisation-réussite », le « pouvoir-contrôle » et l'« autonomie-liberté » forment respectivement les quatre autres axes factoriels lesquels expliquent respectivement 17.2%, 17 %, 16.9 % et 16.6% de la variance totale expliquée. Le poids factoriel minimal des items propres à ces variables est de 0.528. Le mapping ci-dessous, montre que les items relatifs à chacune des variables propres à la motivation ont généralement proches les uns des autres et relativement éloignés du centre. Ce nuage de point reflète une bonne qualité de la représentation.

3.1.2. La variable aptitudes de l'entrepreneur

A partir des 30 items du questionnaire, l'analyse factorielle a mis en évidence une solution à cinq facteurs ce qui est conforme aux attentes, pour une variance expliquée totale de 89.6%. De plus, l'analyse factorielle menée sur les items propres à l'aptitude montre que le premier axe factoriel et essentiellement représenté par les items relatifs au tolérance à l'Ambiguïté. En effet, ces items présentent chacun au moins un poids factoriel de l'ordre de 0. 538.. La variance expliquée par cet axe factoriel est de 19.4 % du total de la variance expliquée. De leur côté, les variables relatives à la *confiance en soi*, *créativité*, *persévérance*, et *l'intuition* forment respectivement les quatre autres axes factoriels lesquels expliquent respectivement 17.5%, 17.1%, 17% et 14.4% de la variance totale expliquée.

Pour confirmer l'homogénéité de chacune de ces dimensions, nous avons exécuté le test de l'alpha. Le tableau suivant indique que le coefficient de fiabilité α est légèrement supérieur au seuil retenu (0,7826) ; il est d'autant plus acceptable que cette échelle est exploratoire.

Pour confirmer l'homogénéité de chacune de ces dimensions, nous avons exécuté le test de l'alpha. Le tableau suivant indique que le coefficient de fiabilité α est légèrement supérieur au seuil retenu (0,7826) ; il est d'autant plus acceptable que cette échelle est exploratoire.

En effet, le cercle de corrélation montre que les items propres à chaque forme de l'aptitude sont très proches ce qui traduit la présence d'un coefficient de corrélation élevé. Aucune des items est présentée par deux points diagonalement opposés sur la sphère. De plus, la figure 2 conforte ce choix, étant donné que les cinq premiers axes présentent des valeurs propres qui dominent les autres. Autrement dit, la somme en

pourcentage de 89.6% traduit la fiabilité de la lecture des « mappings » (projections) et donc, d'une bonne qualité globale explicative de l'analyse.

Le mapping ci-dessous, montre que les items relatifs à chacune des variables (Tolérance à l'Ambiguïté, *confiance en soi*, *créativité*, *persévérance*, et *l'intuition*) sont généralement proches les uns des autres et relativement éloignés du centre. Ce nuage de point reflète une bonne qualité de la représentation.

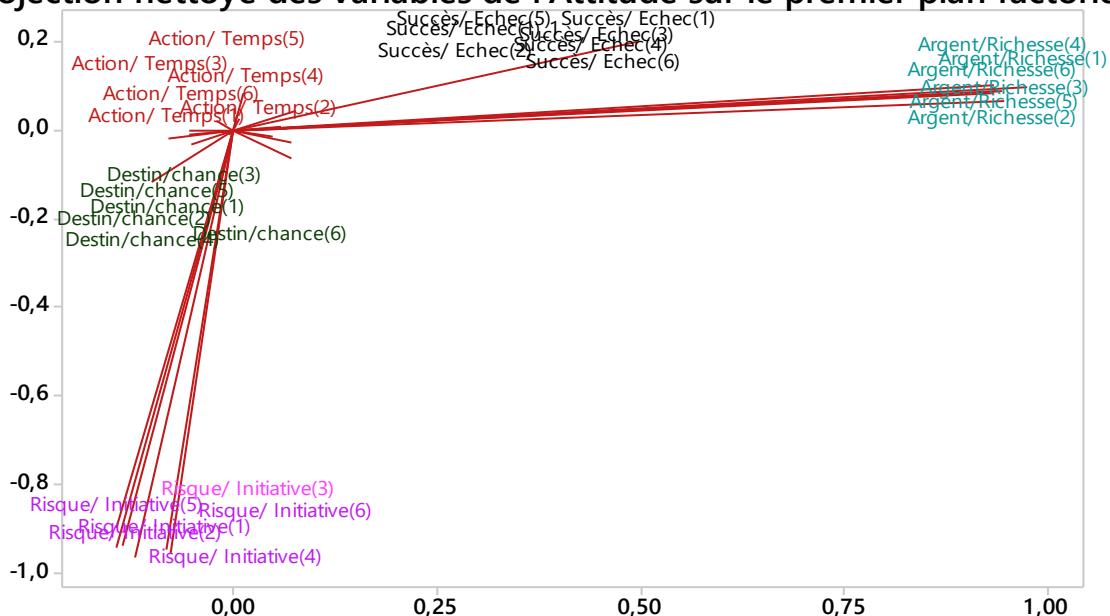
3.1.3. La variable attitude de l'entrepreneur

Avant de procéder à l'analyse en composante principale, nous avons tout d'abord vérifié si les conditions concernant notamment la factorisation des variables étaient respectées. Les statistiques de la matrice anti-image des corrélations sont satisfaisantes ($>0,50$) et le test de sphéricité de Bartlett est significatif au seuil 0,001 dans les trois cas. Nous rejetons l'hypothèse de sphéricité des données. Celles-ci sont par conséquent factorisables et l'analyse a pu être poursuivie. Sur les 30 items de départ, Le test de l'éboulis ou « scree test » de Catell et Volgelmann (1977) met en évidence une structure en 5 facteurs.

Les cinq structures factorielles obtenues expliquent environ 78.9 % de la variance et apparaissent donc comme satisfaisantes. De plus, l'analyse factorielle menée sur les items propres à l'attitude montre que le premier axe factoriel est essentiellement représenté par les items relatifs aux « *argent et la richesse* ». En effet, ces items présentent chacun au moins un poids factoriel de l'ordre de 0.839. La variance expliquée par cet axe factoriel est de 18.6% du total de la variance expliquée. La structure factorielle obtenue, validée par l'analyse confirmatoire, est présentée dans le tableau ci-dessous.

Le mapping ci-dessous, montre que les 30 items de l'attitude sont très proches les uns des autres et relativement éloignés du centre. Ce nuage de point reflète une bonne qualité de la représentation

Projection nettoyé des variables de l'Attitude sur le premier plan factoriel



3.2. Les tests et les analyses de validation des hypothèses

La corrélation multiple quantifie l'association entre plusieurs variables et repose sur les mêmes principes que la corrélation simple. Nous l'utiliserons après avoir procédé à la régression multiple pour vérifier qu'il n'existe pas de **corrélations significatives** entre les variables explicatives. En effet, celles-ci doivent être **significativement indépendantes** les unes des autres, si leurs coefficients de corrélation sont très faibles, il n'y a pas d'effet de multi colinéarité.

Pour repérer les liens significatifs entre le profil sur les caractéristiques de l'entrepreneur, nous nous sommes fondés sur l'analyse de régression multiple. En effet le R² nommé coefficient de détermination linéaire, est le principal indicateur de la qualité d'une régression. Il est considéré comme la part de la variance de la variable dépendante expliquée par la variable indépendante. Il synthétise la capacité de la droite de régression à représenter le nuage des valeurs observées. Plus ce coefficient se rapproche de plus la restitution de ces valeurs est bonne. Cependant, la signification du résultat doit être interprétée en fonction des nombres d'observations et de variables explicatives qui sont intégrés dans le calcul du R² ajusté (Y. EVRARD et ali, 1997, p. 458 et 462).

Le test de régression, dont les caractéristiques sont reprises dans le tableau, indique pour la population de référence une bonne corrélation entre le profil et les caractéristiques de l'entrepreneur. L'intensité de cette relation se traduit par un coefficient (de corrélation R) dont la valeur varie entre 18.3% et 21.1%.

Les objectifs de la régression multiple sont globalement les mêmes que ceux de la régression simple. Premièrement, il s'agit, d'expliquer les variations de la variable dépendante à partir de celles de plusieurs variables indépendantes supposées être à l'origine de ces variations. Deuxièmement, le but est aussi de déterminer l'intensité de cette relation. Enfin, comparativement à la régression simple, celle qualifiée de multiple offre l'avantage d'analyser les contributions apportées par chacune des variables explicatives dans l'interprétation du phénomène étudié.

Les résultats statistiques qui viennent d'être évoqués sont des indicateurs de la liaison globale entre la variable à expliquer et les variables explicatives. Pour évaluer les contributions de chacune de ces dernières à l'explication globale du modèle, nous calculons les valeurs du coefficient partiel de régression Bêta.

C'est le coefficient de régression standardisé qui importe (rubrique des "Coefficients" du tableau précédent), il est calculé sur les mêmes bases que le coefficient non standardisé, mais il est supposé que "toutes les variables prise en compte dans l'analyse aient été centrées-réduites", c'est-à-dire ramenées à une moyenne nulle et un écart-type égal à 1.

Au demeurant, pour être pleinement opératoire, la régression multiple doit s'accompagner d'une indépendance significative entre les variables explicatives. Il ne doit pas y avoir des corrélations significatives entre ces dernières. Dans le cas contraire, la multi colinéarité qui en découle peut impliquer ce que J.-L. GIANNELONI et E. VERNETTE (2001, p. 413-414) qualifie de "corrélations fallacieuses"⁵²⁰. La matrice des corrélations entre les différentes variables du profil de l'entrepreneur prouve qu'il n'y a pas de corrélations significatives entre les variables explicatives de l'intention entrepreneuriale.

3.3. Les effets du profil de l'entrepreneur sur la motivation

Pour évaluer la qualité de l'ajustement de cette régression, il fait appel au test F de FISHER-SNEDECOR. Il s'agit de savoir si, pour le risque α considéré, le R² multiple est significativement différent de 0 dans l'échantillon étudié.

L'impact du profil de l'entrepreneur sur la motivation entrepreneuriale est formulé à travers cinq hypothèses. La première renvoie à la réalisation ("hypothèse **H1a** : les antécédents de l'entrepreneur influencent positivement la réalisation"). La deuxième concerne le pouvoir et le contrôle ("hypothèse **H1b** : les antécédents de l'entrepreneur influencent positivement le pouvoir et le contrôle"). Le troisième concerne le défi et l'ambition ("hypothèse **H1c** : les antécédents influencent positivement le défi et l'ambition"). Le quatrième concerne la reconnaissance et la réputation ("hypothèse **H1d** : les antécédents influencent positivement la reconnaissance et la réputation"). La cinquième hypothèse fondée par l'autonomie et la liberté ("hypothèse **H1e** : les antécédents influencent positivement l'autonomie et la liberté").

Les antécédents sont des facteurs explicatifs et prédictifs sont opérationnalisés sous forme des variables quantitatives, il convient donc de procéder à des analyses de régression multiple.

Cette dernière, détaillée dans le tableau suivant, indique pour l'échantillon des entrepreneurs, une corrélation satisfaisante entre les antécédents et la motivation. La force de cette relation est évaluée à **21,8%** entre la reconnaissance et les variables des antécédents.

La part de la variance de la réalisation expliquée par les antécédents égale à **20,3%** ; la qualité de l'ajustement de la relation obtenue par la régression multiple est donc acceptable et le lien s'en trouve significatif (la valeur calculée de F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 12,93 ; sig. = 0,00 ; F critique = 7,92**, au seuil $\alpha = 0,0$ pour 6 et 129 degrés de liberté).

Les antécédents ont donc des impacts significatifs sur la réalisation. Ainsi, en se fondant sur le test de la régression multiple, l'hypothèse **H1a** n'est pas rejetée au sein de l'échantillon de référence.

Nos résultats vérifient les opinions de (Kets de Vries, 1977) et (Engle et al., 1997) qui mettent en évidence l'importance garantissant de la volonté de faire les choses différemment, ils aiment les idées originales et les nouvelles façons de faire Ils démontrent une la résolution d'un problème habileté à dénouer les problèmes complexes.

De ce fait, la réalisation fait partie des indicateurs de la volonté d'essayer, des motivations et des efforts réels que l'individu souhaite accepter d'agir d'une certaine manière. De plus, c'est aussi, sur la base de l'expérience en création qui nous a permis d'identifier les caractéristiques, qui ont une influence sur la réussite de l'entreprise. Ce qui nous a amené, par la suite, à la présentation des caractéristiques qui à priori, ont une influence sur la réalisation entrepreneuriale

L'analyse de régression laisse apparaître que la corrélation entre les antécédents et le pouvoir /contrôle est moyennement forte (18,3%). En fait, le lien unissant ces deux variables est significatif (la valeur calculée de F est inférieure à la valeur critique observée sur la table statistique : **F calculé = 18,6 ; sig. = 0,000** ; **F critique = 7,92**, au seuil $\alpha = 0,00$ pour 6 et 129 degrés de liberté). L'hypothèse **H1b** est ainsi acceptée au sein de l'échantillon et affirme qu'il ne faut pas surestimer cette motivation sans avantages des expériences vécues et de l'environnement culturel de l'entrepreneur.

Les statistiques de régression, dont les caractéristiques sont contenues dans le tableau ci-dessous, montrent que la corrélation entre l'autonomie /liberté et les antécédents est quasiment nulle. Le coefficient F de FISHER-SNEDECOR est égal à **05,75** pour un **sig. = 0,201**. La valeur du F critique est de **8,00**, au seuil $\alpha = 0,05$ pour 6 et 129 degrés de liberté. L'hypothèse 3b est donc rejetée au sein de l'échantillon.

Cette dernière approche renvoie à l'hypothèse d'Albert, Mongenot (1988) comme quoi les caractéristiques spécifiques de l'entrepreneur permettent de mieux faire face aux problèmes, les gouts personnels de l'entrepreneur, vouloir relever des défis, aimer de choses difficiles et se confronter à des projets exigeants. De plus les résultats empiriques confirment les opinions d'Hmbrik et Mason 1994 qui fait ressortir l'impact des variables sociodémographiques et les antécédents de l'entrepreneur sur les motivations à entreprendre, ou encore Le besoin de réalisation et la reconnaissance est aussi très caractéristique des entrepreneurs (Gasse et D'amours, 2000). Finalement, il est possible que la voie entrepreneuriale soit vue comme un moyen de faire de l'argent, d'avoir une situation financière intéressante.

Concernant la reconnaissance, le test de la régression laisse apparaître un Coefficient de corrélation acceptable. La proportion de la variance de la reconnaissance expliquée par les antécédents est égale à **21,8%** ; la qualité de l'ajustement obtenue par la régression est significativement acceptable et évaluée à **20,82** pour un **sig. = 0,000**.

En effet, la valeur observée de F est supérieure à la valeur critique (**F = 12,92**, au seuil $\alpha = 0,0$ pour 6 et 129 degrés de liberté). Ainsi, conformément à notre hypothèse, les antécédents exercent une influence sur la reconnaissance. Donc l'hypothèse 3c n'est pas rejetée.

L'examen des valeurs de ce coefficient indique que l'occupation parent ("OCCUP PARENT") est la variable qui explique le mieux la motivation (1.048)). Les variables concernant l'éducation (EDUC) et l'âge(AGE), contribuent chacune avec des scores de l'ordre de 0,306 et 0,245 à l'explication globale du modèle.

Les résultats des différents tests économétriques exposés ci-dessus permettent de conclure, au vu des données collectées dans l'échantillon de référence, que "OCCUP PARENT", « EDUC », « AGE », et "EXPER EN CREAT" influencent significativement La motivation.

Ces résultats confirment les opinions Descham (2000), les caractéristiques propres de l'entrepreneur permettent d'avoir une vision quasi-exhaustive des motivations entrepreneuriales, mais aussi sur la recherche de profit et de reconnaissance, le gout du risque, et la volonté de prendre des décisions.

Tableau 1: Résultats des estimations Variable dépendante : Motivation

(*) p<0.1 (**)p<0.05 (***) p<0.01

	<i>Réalisation</i>		<i>Pouvoir/contrôle</i>		<i>Défi/ambition</i>		<i>Reconnaissance Réputation</i>		<i>Autonomie/Liberté</i>	
	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud
Age	0.245*	1.915	-0.117	-1.348	0.233*	1.828	0.469*	1.793	0.576*	1.878
Sexe	-0.9	-1.042	0.402**	2.021	-0.059	-6.77	0.815***	2.171	-0.029	-0.332
Education	0.306**	2.071	0.353*	1.803	0.435***	2.406	0.122	1.399	0.825*	1.999
Salariée	-0.129	-1.484	-0.034	-0.389	-0.113	-1.294	-0.128	-1.47	0.058	1.663
Occupation parents	1.048***	2.551	1.051***	2.581	0.502***	2.024	1.002***	2.019	1.017***	2.191
Expérience en création	0.132	1.513	0.585*	1.967	0.026	0.301	0.325*	1.756	2.123***	2.408
Constante	17.509	5.707	10.157***	2.968	7.418***	4.018	8.702***	3.2	11.98***	3.789
R ² ajusté	20.3%		18.3%		11.1%		21.8%		21.1%	
Dw	2.134		2.227		1.54		1.79		2.17	
Fisher (p-value)	12.93 (0.00)		18.6 (0.00)		10.76 (0.002)		20.82 (0.00)		15.75 (0.001)	

3.4. Les effets du profil de l'entrepreneur sur l'attitude

Les résultats des estimations prouvent que l'hypothèse H₂ est aussi acceptée au sein de notre échantillon. En effet, l'analyse de lien entre le profil de l'entrepreneur et le risque entrepreneurial indique une valeur calculée du coefficient de Fisher-SNedecor ($F=6.57$; $sig=0.031$) est supérieur à celle donnée par la table statistique ($F=4.92$, au seuil $\alpha= 0.05$, pour 6 et 129 degré de liberté). Ainsi, il existe une influence du profil de l'entrepreneur sur le risque entrepreneurial.

L'analyse de régression exposé dans le tableau suivant indique des coefficients de détermination linéaire non nuls ($R^2=31.2\%$, entre le profil et l'intuition).

En outre, le coefficient Observé (24.73 $sig=0.00$). Il en résulte que les caractéristiques spécifiques de l'entrepreneur, l'hypothèse H₂ n'est pas rejeté au sein de la population de référence. Ceci peut expliquer en raison que l'attitude actuelle et future de l'entrepreneur est affectée par la formation de base et l'expérience de l'entrepreneur. Ce concept ferait référence au degré avec lequel la connaissance d'un entrepreneur ressort comme un facteur de l'environnement le plus influencée sur les attitudes.

Au fil de cette deuxième étape de l'analyse quantitative, il ressort des tests économétriques que quatre hypothèses sur six ne sont pas rejetées.

Le sexe de l'entrepreneur ("SEX") est la variable quantitative qui explique le mieux l'attitude. Les facteurs renvoyant à la salariée et Occupation parent ("OCCUP PARENT") arrivent au second rang. Par ailleurs, la variable concernant l'expérience en création (EXPER EN CREAT ") contribue de manière nettement significative à l'explication de l'attitude.

Les résultats des estimations synthétisent les principaux apports de (Busenitz, Gomez et Spencer, 2000 ; Davidsson, 1995a ; Huisman, 1985 selon lesquelles certaines attitudes caractérisent le profil des entrepreneurs, notamment face au changement, au risque et au destin. D'abord, pour les entrepreneurs, le changement est nécessaire pour parvenir au succès. Ils sont donc ouverts à s'adapter, à changer et souvent ils provoquent eux-mêmes les occasions de changement, desquelles ils savent tirer des opportunités.

De plus, le fait qu'un individu perçoive un manque de capacité personnelle pour une activité déterminée, conjugué à l'existence d'un stéréotype lié à cette activité, peut entraîner chez l'individu une sous-évaluation de ses capacités et donc un frein à s'engager dans cette activité.

Tableau 2: Résultats des estimations Variable dépendante : Attitude

	<i>Risque et initiative</i>		<i>Destin et chance</i>		<i>Argent et richesse</i>		<i>Créativité et imagination</i>		<i>Intuition et Flair</i>	
	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud
Age	0.043	0.523	0.003	0.032	0.023	0.26	0.047	0.0354		
Sexe	0.137*	1.668	0.127*	1.724	2.037***	2.416	0.06	0.045		
Education	-0.036	-0.434	3.023***	2.255	-0.037	-0.415	1.047**	2.17		
Salariée	0.335***	4.062	0.30	0.334	-0.086	-0.974	0.34***	4.547		
Occupation parents	0.162*	1.947	0.118*	1.648	0.148*	1.941	0.0245	0.031		
Expérience en création	0.039	0.477	-0.045	-0.503	0.039	0.446	-0.087	-0.045		
Constante	0.11	12.31	0.13***	8.143	0.106***	2.874	14.5***	9.25		
R² ajusté	10.3%		10%		10.2%		21.5%		31.2%	
Dw	2.244		1.828		2.442		1.763		2.16	
Fisher (p-value)	6.57 (0.031)		12.7 (0.00)		7.3 (0.032)		9.662 (0.002)		24.73 (0.00)	

(*) p<0.1 (**)p<0.05 (***) p<0.01

Pour s'avoir si l'hypothèse H₃ ne peut être rejetée dans le cadre de notre échantillon, nous allons nous intéresser au score R² ajusté. En fait, l'analyse de régression laisse apparaître que la corrélation entre le profil de l'entrepreneur et la persévérance n'est pas nul (R²=18. 82%). Il existe de lien significatif entre la persévérance et le profil de l'entrepreneur.

Le coefficient F observé (16.21 ; sig =0.000) est supérieur au Calculé pour 6 et 129 degré de liberté La régression révèle de liaison linéaire significative. En conséquence l'hypothèse H_{2a} n'est pas rejetée au sein de notre population

La deuxième hypothèse indique une influence significative du profil de l'entrepreneur et la confiance en soi. Le table de Fisher-SNedecor donne pour $\alpha=0.01$ et 6 et 129 degré de liberté, une valeur de 12.7, laquelle est supérieur à celle que nous avons calculé.

De plus, une corrélation satisfaisante entre l'intuition et le profil de l'entrepreneur. La force de cette relation est évalué à 31.2%, la qualité de l'ajustement de cette relation obtenue est donc acceptable et le lien s'entrouvre significative (la valeur calculé F est supérieure à la valeur critique observée sur la table statistique F calculé =24.73, sig=0.00, Fcritique =10.71 au seuil de 0.01 pour 6 et 129 degré de liberté).

Et ce qui concerne la créativité et imagination, le test de régression laisse apparaître un coefficient de corrélation acceptable (R²=21. 5%). La qualité d'ajustement obtenue par la régression est significativement acceptable et évaluée à 9.662 pour un sig =0.002.

Les résultats empiriques mettent en évidence des effets significatifs des caractéristiques propres de l'entrepreneur sur les aptitudes entrepreneuriales, ce qui nous amène à nous interroger sur ce résultat. Ils convergent avec celui de l'étude (Laviolette, Loué, 2006) et confirmerait que le profil de l'entrepreneur semble avoir un effet sur la capacité de travailler en équipe, à l'augmentation de la confiance en soi, de l'estime de soi et du sens des responsabilités. Si l'on souhaite approfondir les explications de (Laviolette, Loué, 2006) on peut noter l'importance accordé par les caractéristiques spécifiques de l'entrepreneur sur l'aptitude (persévérance, amélioration des résultats, tolérance, gestion du stress au savoir et à l'apprentissage tout au long de la vie) et personnelle (sentiment d'efficacité personnelle, autonomie, sens des responsabilités, créativité, respect des autres).

Tableau 3: Résultats des estimations Variable dépendante : Aptitude

(*) p<0.1 (**)p<0.05 (***) p<0.01

	<i>Persévérance</i>		<i>Confiance en soi</i>		<i>Tolérance a l'ambiguïté</i>		<i>Créativité et imagination</i>		<i>Intuition et Flair</i>	
	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud	β	T-stud
Age	-0.016	-0.209	-0.125	1.874	0.023	0.261	0.088	1.012	0.052	0.601
Sexe	0.116*	1.683	1.024***	2.261	2.03***	2.444	1.002***	2.02	0.245*	1.72
Education	-0.089	-1.136	0.258*	1.965	-0.041	-0.451	0.089	1.013	0.092	1.052
Salariée	0.426***	5.433	0.023	0.258	0.285*	1.958	0.408*	1.832	0.363*	1.716
Occupation parents	0.179**	2.265	2.025***	2.59	0.156*	1.73	3.03***	2.345	3.001***	2.014
Expérience en création	0.113	1.444	0.108	1.235	0.039	0.49	0.017	0.193	-0.119	-1.359
Constante	0.988***	9.227	0.506*	1.874	1.025***	2.81	0.781***	2.631	0.889***	4.552
R ² ajusté	18.8%		10%		10.2%		21.5%		31.2%	
Dw	2.061		1.828		2.442		1.763		2.16	
Fisher (p-value)	16.21 (0.00)		12.7 (0.00)		7.3 (0.032)		9.662 (0.002)		24.73 (0.00)	

Conclusion

En présence des diverses théories que nous allons mobiliser par la suite lors de notre modélisation : En premier, la théorie de (AZJEN ,1991) nous servira de guide général concernant la façon dont les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur soient intégrées pour expliquer la motivation à entreprendre. Elle précise ainsi que la motivation d'entreprendre est en fonction du profil de l'entrepreneur pour deux raisons :

Les caractéristiques propres à l'entrepreneur jouent un rôle clé leurs motivations et leurs goûts personnels, jouent un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir.

- Une forte corrélation entre le niveau des études, l'âge et la motivation entrepreneuriale, ainsi l'entrepreneur chevronné est le mieux faire face aux problèmes et de saisir les opportunités dont dépendent la création et la gestion de l'entreprise

De plus, les attitudes face aux risques dépendent des facteurs exogènes : caractéristiques personnelle et les valeurs personnelles. La théorie de (Engle et al., 1997) est de nous indiquer, quelles variables personnelles ont une influence sur ses attitudes. La théorie de Van Auken, Fry et Stephens (2006), nous servent ensuite à identifier sur quelles attitudes elles sont susceptibles d'agir.

Bibliographie

1. **Audet et al., 2005:** Audet, J., Riverin, N., et Tremblay, M. L'influence de la culture d'un pays sur la propension entrepreneuriale de ses citoyens
2. **Busenitz, L. W., Gomez, C., & Spencer, J. W. (2000).** Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. Academy of Management Journal, 43, 994 .
3. Brilman, 1982 ; Ooghe et al.,1983 ; **Koenig, 1985** ; Jaminon, ... **GUILHOT, B. (2000)**, Défaillances d'entreprise
4. **Cooper et al.,(1994) et Cressy (1996)** pensent qu'il y ... l'entreprise (**Montgomery et al. 2005; Taylor, 1999**). Des études ... par Julien, 2000 et **Almus**
5. DW Naffziger · 1994 · Cité 889 fois — A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. Douglas W. **Naffziger**, Jeffrey S. **Hornsby**, and Donald F. **Kuratko**View all
6. Kharrazi · 2016 · Cité 74 fois — **Kharrazi** A, Qin H, Zhang Y. Urban Big Data and Sustainable Development Goals: Challenges and Opportunities. Sustainability. 2016; 8(12):1293
7. **Koh (1996)** fait émerger trois dimensions dans sa recherche sur la motivation : innovation, risque et tolérance à l'ambiguïté.
8. Tim Jackson, De Boeck, **2010**; Achille **Weinberg**; Dans Sciences Humaines 2014/1 (N° 255).
9. **Jenkins, A. S., & McKelvie, A. (2016).** What Is Entrepreneurial Failure Implications for Future Research. International Small Business Journal, 34, 176-188.
10. Yvonne Gasse et Allen de Loves, Profession : Entrepreneur, Éditions Transcontinental, Montréal, 2000).
11. Z Weinberg · 2010 · Cité 407 fois — Comparative genomics reveals 104 candidate structured RNAs from bacteria, archaea, and their metagenomes. Genome Biol. 2010;11(3)