

L'influence des attitudes associées au comportement des étudiantes envers l'intention de création d'entreprise

BOUDIA Mohammed Fouzi
Maître de Conférence (B) Faculté des sciences économiques
Université Aboubekr Belkaid Tlemcen
fboudia@yahoo.fr

Abstract:

This article attempts to explain the influence of students' attitudes towards the entrepreneurial intention among female Master students following entrepreneurial continuous developmental courses at the University of Tlemcen. From a theoretical point of view, this article is based on psychosocial models of intention such as The Theory of Rational Action and Planned Behavior Theory of Ajzen (1991) in Social Psychology. In order to test the effect of student attitudes on entrepreneurial intention, we followed a research methodology that allows us to exploit the data collected by means of a questionnaire intended for a sample of 114 female students. To test the reliability of the scales of measurement, we proceeded with two phases, the first, the exploratory analysis (ACP) through software IBM SPSS 20, the second, a factor analysis through the technique of ANOVA (simple regression).

Keywords: Attitudes, Intention, Entrepreneurial.

Résumé:

Cet article tente d'expliquer l'influence des attitudes des étudiantes envers l'intention entrepreneuriale chez les étudiantes master suivant une formation entrepreneuriale de l'université de Tlemcen. Sur le plan théorique cet article se base sur les modèles psychosociaux d'intention telle que La théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale Afin de tester l'effet des attitudes des étudiantes sur l'intention entrepreneuriale nous avons suivi une méthode de recherche qui permet d'exploiter les

données collectées à l'aide d'un questionnaire destiné à un échantillon de 114 étudiantes master. Pour tester la fiabilité des échelles de mesure, nous avons procédé à deux étapes la première l'analyse exploratoire (ACP) par le biais logiciel IBM SPSS 20, la deuxième une analyse factorielle par le biais de la technique de l'ANOVA (régression simple).

Mots clefs: Attitudes, Intention, Entrepreneuriat.

Introduction

Les responsables algériens se sont appuyés sur le fait que nous avons un pays qui possède deux grands gisements, à savoir : D'un côté, les jeunes diplômés, avec leur désir de pouvoir travailler et leur potentiel créatif. D'un autre côté, les vastes domaines économiques, notamment dans les secteurs de l'agriculture, des services et de la petite transformation. Ce riche potentiel mérite d'être mobilisé et exploité pour contribuer au développement économique et social du pays. Dans ce cadre les pouvoirs publics ont annoncé en 2016 un plan de formation entrepreneuriale dans toutes les universités à travers le territoire national dans le but d'activer l'intention entrepreneuriale des étudiants et étudiantes à travers des programmes de sensibilisation et de diffusion de la culture entrepreneuriale. L'entrepreneuriat des étudiantes a connu aujourd'hui un développement considérable à travers toutes les universités dans le monde. Le *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2012* indique l'évolution importante de l'action des femmes entrepreneurs qui a pris de l'ampleur dans le taux et la structure de la participation des femmes entrepreneurs remarquable à tous les degrés, que ce soit individuel, dans les canalisations d'affaires ou dans les organisations. Les recherches académiques en entrepreneuriat féminin ont connu aussi un développement important ces dernières années (Hughes & al., 2012), Les recherches francophones et anglophones se sont orientées dans cette tendance pour faire des études sur l'entrepreneuriat féminin, afin de révéler les spécificités des femmes entrepreneurs ainsi que les obstacles qui freinent la dynamique entrepreneuriale.

Il est à noter que récemment une étude a été effectuée par un groupe de chercheurs de l'Université de Tlemcen sous la direction du professeur Benhabib Abderrezzak sur l'entrepreneuriat féminin qui a permis de comprendre les facteurs qui incitent les étudiantes algérienne à créer une entreprise.

Donc il nous semble quant à nous que le moment maintenant est favorable, pour implanter l'esprit d'entreprendre chez les étudiantes à travers des programmes de sensibilisation et de diffusion de la culture entrepreneuriale.

1-Définition entrepreneuriat Chambard- O (2013), considère que l'entrepreneuriat comme une attitude qui répond à des cas professionnelles diverses comme la création d'entreprise, mais aussi la reprise d'entreprise, le statut d'auto-entrepreneuriat et les professions libérales,. Selon Fayolle. A (2012). Si l'entrepreneuriat participe au développement individuel, il est aussi le moteur de la croissance économique dans une économie de marché. L'entrepreneuriat aujourd'hui est une discipline, dont les règles et les principes peuvent s'enseigner et être systématiquement appliqués. Selon Tessier-D- C (2014), la majorité des notions de l'entrepreneuriat se focalise autour de la définition d'une création d'entreprise, afin de faire-face à une nécessité intégralement économique. Selon Boutillier –S (2010), l'entrepreneuriat constitue un sujet d'actualité.et surtout avec l'évolution du capitalisme managérial en une société entrepreneuriale où l'entrepreneur est invité à la participation de la prise de décision en groupe dans les grandes entreprises. En peut dire qu'il ya plusieurs définitions de l'entrepreneuriat mais la plupart des chercheurs sont d'accord pour dire que l'entrepreneuriat est une l'opportunité d'affaires, la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation..

2- Le concept d'attitude Il existe plusieurs explications de la notion d'attitude en psychologie sociale. Selon Thomas et Znaniecki (1919), l'attitude est un « état d'esprit de l'individu envers une valeur »Park et Burgess (1921) et Allport (1935) ciblent surtout à la séparer « de la notion d'instinct » en examinant la nécessité de constatation passée dans « la

formation des attitudes » Pour Oskamp (1977), c'est un engagement à répondre de façon positif ou négatif envers un objet remarquable. Fishbein et Ajzen (1975) concluent qu'il apporte de se abaisser sur un ensemble de moyens d'agissement à la constitution de l'attitude. Servane- D et Franck- B (2011) estiment que, l'attitude se réfère à la « disposition à répondre de façon favorable ou défavorable à un objet psychologique. Selon Surlement –b (2011), l'enseignement peut promouvoir et améliorer les attitudes de création d'entreprise à travers la connaissance sur des approches permettant de conquérir ces attitudes comme par exemple : « (Confiance en soi, créativité, innovation, communication.) » La théorie de l'action raisonnée (Fishbein & Ajzen, 1975) considère que l'attitude s'influence par « les croyances » et l'information disponible. Dans ce sens, le comportement est « volontaire » : Il concerne de la bonne ou de la mauvaise appréciation des fonctions

2.1- L'orientation de l'attitude envers un comportement

. (Vallerand, 1994), l'attitude gouverne l'individu vers l'action souhaité en conduisant son comportement) Gergen et alii, (1992), estiment que les attitudes d'un individu envers une chose permettent de conjecturer son action et les intentions de création d'entreprises sont mieux acculées par le à travers des attitudes particulières. Celles-ci s'affichent par « la présence d'une idée ou d'un projet d'affaire et la recherche d'informations » en vue de mieux les théoriser. Krueger et alii (2000), Vesalainen et Pihkala (1999), pensent que l'apparition d'une idée d'affaire est nécessaire dans l'enchaînement « de formation de l'intention » de création d'entreprise. Pour Douglas (1999), quand à lui, l'idée ne peut se concrétiser sans « l'existence d'une opportunité ».Raijman (2001) a pu montrer que « 90% des Mexicains » qui ont une intention de créer possèdent une idée. Selon ces auteurs, on peut dire que les attitudes d'un individu s'influencent par deux variables à savoir : la présence d'une idée ou un projet et la récolte d'informations (De Noble et alii) 1999, pour mieux théoriser les éléments qui consistent l'idée d'un projet concernant la part de marché, les clients, les concurrents.

3-les modèles d'intention Plusieurs auteurs dans le champ de la création d'entreprise décrivent l'intention entrepreneuriale comme attitude d'un souhait individuel qui mène au comportement voulu (Bruyat, 1993 : 244 ; Tounés, 2003 : 41 ; Vesalainen et Pihkala, 1999). Selon Bird (1988 : 443 ; 1992 : 11), Verzat - C, (2011) Plusieurs chercheurs, tels que (Kolvereid, 1997 Krueger, Brazeal, 1994, Krueger et alii (2000) , en entrepreneuriat, ont utilisé trois théories :La théorie psychologique de l'action raisonnée d'Ajzen et Fishbein (1975-1980) , la théorie du comportement Planifié (TCP) Ajzen (1991) et la théorie de l'événement entrepreneurial de Shapero 1975 .La théorie de l'action raisonnée est un modèle qui découle de la psychologie sociale. Ce modèle élaboré par Fishbein et Ajzen (1975) explique les relations entre « les croyances, les attitudes, les normes subjectives, les intentions et les comportements des individus ». Selon, Fishbein et Ajzen (1975) le comportement d'une personne serait défini par son intention comportementale à choisir.

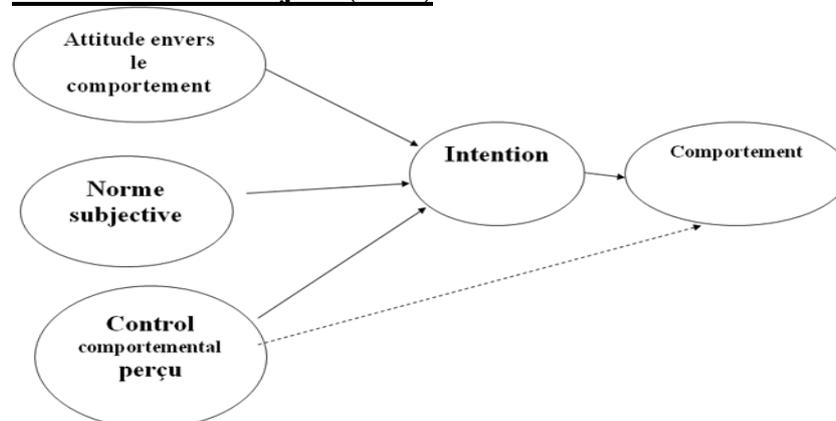
3-1 La théorie psychologique de l'action raisonnée

Selon; ce modèle l'intention est déterminée par deux variables : l'attitude de la personne et par ses normes subjectives envers le comportement en question. Fishbein et Ajzen (1975, p.302) expliquent les normes subjectives comme étant la perception de l'individu sur le fait que la plupart des personnes qui sont importantes à ses yeux, comme par exemple la famille, proches, amis.Selon Tounés-A(2006), le fondement de la théorie du comportement planifié est la théorie de l'action raisonnée conçu par Ajzen et Fishbein (1980).Ajzen (1991), d'après cette théorie, « le déterminant immédiat de créer une entreprise est l'intention de la personne de poser ou de ne pas poser l'action donnée ». Cette intention est elle-même déterminée par l'attitude à l'égard du comportement d'un individu, et l'importance qu'elle donne à l'appréciation d'une personne envers le comportement en question.

3.2-la théorie du comportement Planifié (TCP) Ajzen (1991)

Ajzen, dans son modèle de la théorie du comportement planifié, ajoute une nouvelle variable appelée le contrôle perçu. Ajzen (1991) explique son modèle à travers trois variables sensées influencer l'intention envers le comportement, à savoir: l'attitude, la norme subjective et le contrôle comportemental perçu.

3.2.1 le modèle d' Ajzen (1991)



Source : La théorie du comportement Planifié (TCP) Ajzen (1991)

L'attitude envers le comportement représente le niveau d'évaluation positif ou négatif d'une personne envers le comportement en question (Ajzen, 1991). La norme subjective est « un facteur social » en lien avec la pression sociale qui s'applique dans l'accomplissement des actions. Le control comportemental perçu s'influence par les connaissances, les aptitudes, les expériences et le contrôle de la situation, ainsi que des moyens nécessaires à mettre en œuvre comme par exemple : les ressources humaines et financières en vue de réaliser le comportement voulu. Il est à noter que nous focalisons notre étude uniquement sur deux variables : la première variable indépendante concerne l'attitude des étudiantes et la deuxième variable dépendante concerne l'intention entrepreneuriale des étudiantes conformément à la

théorie de l'action raisonnée Fishbein et Ajzen et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale.

4- Méthodologie de recherche

Afin de tester l'effet des attitudes sur l'intention entrepreneuriale nous avons suivi une méthode de recherche qui permet d'exploiter les données collectées à l'aide d'un questionnaire destinés à un échantillon de 114 étudiantes master de l'université de Tlemcen suivant une formation entrepreneuriale .. Pour tester la fiabilité des échelles de mesure issue de notre modèle théorique, nous avons procédé à deux étapes la première l'analyse exploratoire par le biais logiciel IBM SPSS 20, la deuxième une analyse factorielle confirmatoire.

4.1. Nature et Forme des Questions

Le lancement du questionnaire s'est déroulé auprès de 114 étudiantes master 1 et master2 de la faculté des sciences économiques de Tlemcen., quant à la forme, nous avons jeté notre dévolu sur la forme des questions fermées ou qualitatives, où l'étudiant est invité à préciser son degré d'échelle de Likert .

L'échelle de mesure	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

5-Discussion des résultats obtenus

5.1 Fiabilité des échelles

5.1.1 la variable indépendante (Attitude) ;

la variable indépendante (Attitude) a été mesuré conformément au modèle de Azzedine Tounés 2003 dans le cas des étudiants suivants une formation « **les attitudes spécifiques se manifestent par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire et la recherche d'informations en vue de mieux les formaliser** ». **Alpha de Cronbach de la variable indépendante (Attitude)**

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,691	,702	10

Alpha de Cronbach de la variable (Attitude) La variable «Attitude » contient dix items, le nombre retenu est (7), et ce facteur mentionne un coefficient de (**alpha de Cronbach**) très satisfaisant de 0,702.

Il est à signaler que l'attitude se manifeste par deux variables à savoir l'idée du projet et la recherche d'information.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de la variable (Attitude)

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,624
	Khi-deux approximé	190,371
Test de sphéricité de Bartlett	Ddl	45
	Signification de Bartlett	,000

L'indice de (KMO) nous a permis de fixer une solution appropriée en termes conceptuels. Et la solution factorielle obtenue (0.624) est significative.

5.1.3 Le Test de Sphéricité de Bartlett de la variable (Attitude) Et on ce qui concerne le test de sphéricité de Bartlett

toutes les corrélations sont proches de zéro, ce qui est un bon indicateur.

5.1.1.1 Alpha de Crombach (l'idée du projet)

La variable «l'idée du projet » contient sept items, le nombre retenu est (4), et ce facteur mentionne un coefficient de (**alpha de Crombach**) 0,583 proche de 0,6. L'indice de (KMO) nous a permis de fixer une solution appropriée en termes conceptuels. Et la solution factorielle obtenue (0.634) est également acceptable. Le test de sphéricité de Bartlett toutes les corrélations sont proches de zéro, ce qui est un significatif.

5.1.1.2 Recherche d'information

La variable «**Recherche d'information**» contient trois items, le nombre retenu est (3), et ce facteur mentionne un coefficient de (**alpha de Crombach**) 0,583 proche de 0.6. L'indice de (KMO) nous a permis de fixer une solution appropriée en termes conceptuels. Et la solution factorielle obtenue (0.608) est significatif. le test de sphéricité de Bartlett toutes les corrélations sont proches de zéro, est également significatif.

5.1.2 Alpha de Crombach de la variable dépendante (Intention)

La variable dépendante intention a été mesurée en tenant compte les travaux de la théorie de l'action raisonnée Fishbein et Ajzen 1980. La variable «Intention » contient trois items, le nombre retenu est (3), et ce facteur mentionne un coefficient de (**alpha de Crombach**) très satisfaisant de 0,743. L'indice de (KMO) nous a permis de fixer une solution appropriée en termes conceptuels. Et la solution factorielle obtenue (0.608) est acceptable.

Le test de sphéricité de Bartlett toutes les corrélations sont proches de zéro, ce qui est acceptable. Les résultats de l'Analyse en Composantes Principales (ACP), ainsi que les analyses exploratoires ont été réalisés sur l'ensemble des échelles utilisées sous le logiciel IBM SPSS 20. On constate que l'ensemble des résultats de l'analyse en composantes principales (ACP) sont satisfaisants. D'autre part, pour toutes les échelles, les données sont appropriées à la factorisation, (tous les KMO, l'alpha de Crombach sont supérieurs ou proche à 0,6 et le test de sphéricité de Bartlett est significatif proche de

0) ce qui démontre une bonne cohérence interne. Cela nous a permis de passer à la deuxième étape qui est l'analyse factorielle.

5.2 Analyse factorielle

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	1,597	79,865	79,865	1,597	79,865	79,865
2	,403	20,135	100,000			

La variable attitude compte pour 79.885% de la variance expliquée de l'information, les énoncés qui le composent présentent un coefficient très satisfaisant de (alpha de Cronbach) de 0,702. La contribution de chaque item présente une valeur supérieure à **0,799** pour sa formation, à légèrement au critère de contribution de 0,50.

5.3 la Corrélation entre les deux variables (attitude et intention) La corrélation a révélé que La variable indépendante Attitude a un effet positif sur la variable dépendante *intention entrepreneuriale de 0.597.

5.4 Résultats des analyses de régression simple par le biais de la technique de l'ANOVA

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,597 ^a	,357	,351	2,16584

La variable indépendante (attitude) ayant une influence significative sur l'intention entrepreneuriale, possède un coefficient de détermination linéaire R égale à 0,597^a et R2 ajusté égal à 0,357.

La qualité de l'ajustement obtenue par la régression simple est acceptable .et l'évaluation de la valeur constatée du coefficient F (61.563 pour un sig. = ,000)..

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,291	1,282		1,007	,316
ATTITUDE	,276	,035	,597	7,846	,000

On constate que le Coefficients de Bêta est positif entre variable indépendante attitude la variable dépendante intention de $\beta = + 0.597$.

Conclusion

Le résultat souhaité à travers cette recherche est de contribuer à travers une description, la plus claire et la plus fiable possible, à aider à la compréhension du phénomène complexe de l'entrepreneuriat des étudiantes universitaires, tout en mettant l'accent sur l'effet des attitudes associées au comportement des étudiantes sur l'intention de création d'entreprise. Les résultats de cette recherche ont révélé que : Les attitudes associées au comportement influencent positivement l'intention entrepreneuriale, ses attitudes se manifestent par l'existence d'une idée ou d'un projet d'entreprise plus au moins formalisé et la recherche d'informations pour concrétiser des aspects de l'idée. Il a été observé que la majorité des étudiantes ont une idée ou un projet, mais la formalisation de cette idée constitue un obstacle pour eux surtout dans la recherche d'information, concernant l'étude de marché, les clients, les concurrents....

La corrélation a révélé que La variable indépendante attitude des étudiantes a un effet positif sur la variable dépendante intention entrepreneuriale de $\beta = + 0.597$., ce qui montre que l'enseignement de l'entrepreneuriat influence positivement l'attitude des étudiantes envers l'intention entrepreneuriale, Notre étude est parvenue à un résultat positif mais non satisfaisant. Cela veut dire que l'enseignement de l'entrepreneuriat reste insuffisant et ne propose pas une formation

entrepreneuriale appropriée, surtout chez les étudiantes stoppé par notre environnement culturel et religieux non favorable à la gente féminine. En conclusion, notre plus grand souhait est de voir entreprendre les jeunes étudiantes avec un taux considérable et contribuer de façon efficace au développement de l'économie Algérienne pour relever le défi du 21ème siècle qui est la mondialisation et surtout pour tracer la voie de l'après-pétrole.

Références Bibliographiques

- .Allport, G. (1935). Attitudes. In C.M. Murchison (Ed.), *A Handbook of Social Psychology* (p. 798-844). Worcester, MA : Clark University Pres
- Ajzen I., Fishbein M., 1980, *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 278 pages.
- Ajzen I., 1991 « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, , vol. 50, p. 179-211.
- Bird B.J., 1988 « Implementing Entrepreneurial Ideas : The Case for Intention », *Academy of Management Review*, , vol. 13, n° 3, p. 442-453.
- Benhabib Abderrezzak et Merabet-A, Benachenhou-M, Grari-Y, Boudia-F, Merabet-H (2014), « Enviromental and individual determinants of female entrepreneurship in Algeria :applying structural Equation Modeling », *Global Entrepreneurship from the European Perspective* edited by Krzysztof Wach, vol.2, N° .1, pp, 66-80.
- Boutilier, Sophie- Sophie-Dokou, Gérard A. kokou, (2006), «l'accompagnement familial à la création de PME : un mode construction des compétences entrepreneuriales», *marché et organisations*, /2, n°2, pp.3-21.
- Bruyat C., 1993 *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), ESA, , 431pages.
- Chambard,-O (2013), « La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur.

Les enjeux d'une création lexicale », Mots. Les langages du politique [Online]. n 102 | p.106

Christel Tessier-D (2014), « Les paradoxes de l'entrepreneuriat de nécessité: Strapontin ou tremplin? », *Entreprendre & Innover*, n° 20.

.David- V, (2006) « Attitude et comportement dans le rapport cause-effet: quand l'attitude détermine l'acte et quand l'acte détermine l'attitude », *Linx* [En ligne], 54 | 2006, mis en ligne le 01 août 2007, consulté le 14 octobre 2012. URL : <http://linx.revues.org/507> ; DOI : 10.4000/linx.507.

Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, November 23-24.

De Noble A.F., Jung D., Ehrlich S.B., 1999 « Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College,

Douglas E.J., 1999. « Entrepreneurship as a career choice : attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College,

Fayolle, Alain. (2012), *entrepreneuriat*, 2 e édition, Dunod, Paris .

Fabienne-M (2008) « La relation attitude-comportement: un état des lieux » , Laboratoire de psychologie. E.A.3188 Université de Franche- Comté UFR des Sciences du Langage, de l'Homme et de la Société Éthique et économique/Ethics and Economics, 6 (1).

Fishbein, M., AJZEN, I., 1975, *Beliefs, Attitude, Intention, and Behavior: an introduction to theory and research*, MA : Addison-Wesley.

Fishbein Martin & Ajzen Icek, 1975, *Belief, Attitude, Intention and Behavior*, Reading, Addison Wesley.

Gergen K.-J., Gergen M.-M., Jurtas S (1992à., *Psychologie sociale*, Editions Etudes Vivantes, Québec, , 551 pages.

Hughes, k. d., Jennings, j. e., Hrush, c., carter, s., & Welter, F. (2012). *Extending Women's Entrepreneurship Research in New*

Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (3), 429–442.

Jacques-Philippe –L, Vicent –Y, (1997) *la psychologie sociale* nouvelle édition, revue et augmentée pierre madaga éditeur D.2005-0024-23 I.S.B.N 2-87009-663-1 p.103.

Kolvereid L., 1997,, « Prediction of Employment Status Choice Intentions », *Entrepreneurship Theory and Practice* vol. 21, n° 1, p. 47-57.

Krueger N.F., Brazeal D.V., 1994 « Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs », *Entrepreneurship Theory and Practice*, spring, p. 91-104.

Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L., (2000) « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, , vol. 15, p. 411-432.

Oskamp, S. (1977), *Attitudes and opinions*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, Inc.

Park, R.E., Burgess, E. (1921), *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago : University of Chicago Press

Panissal N et Brossais E (2012) « Réforme circulaire et construction de savoirs issus de psychologie .Ressources et obstacles dans la chaîne transpositive » *Éducation et didactique* n°1, vol.6, pp.69-84.

Raijman R.,2001, « Determinants of entrepreneurial intentions : Mexican immigrants in Chicago », *Journal of Socio-Economics*30, p. 393-411.Reitan, B. (1996). Entrepreneurial intentions: a combined models approach. *9th Nordic Small Business Research Conference*, Lillehammer, Norway.

Servane- D et Franck- B (2011) « Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français » *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 24, n° 1.

Shapero A., « The displaced uncomfortable entrepreneur », *Psychology Today*, 1975, p. 83-88 et p.133.

Sophie –B (2010), « Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? », *Marché et organisations*, /1 N° 11,

.Surlémont –b (2011) « former pour entreprendre ? « Réflexions sur l'approche pédagogique en matière d'entrepreneuriat.

Thomas, W.I., Znaniecki, F. (1919). *The Polish Peasant in Europe and America. Volume 3 : Life record of an immigrant.* Boston, Mass. : Badger.

Thomas et Znaniecki (1919), repris par Nathalie -Pet Emmanuelle – B, (2012), « Réforme circulaire et construction de savoirs issus de psychologie .Ressources et obstacles dans la chaîne transpositive » Éducation et didactique n°1, vol.6.

Tkachev, A., Kolvereid, L.(1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11, 269-280.

Tounés A., 2003 *L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac + 5) et des étudiants en DESS CAAE*, Thèse pour le doctorat es Sciences de Gestion, Université de Rouen, décembre, 459 pages..

Vallerand R.-J., 1994 *Les fondements de la psychologie sociale*, (sous la direction de), Gaëtan Morin, 888 pages

Vesalainen J., Pihkala T., (1999) « Motivation structure and entrepreneurial intentions », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, BabsonCollege,.

Verzat –Caroline ,2011 «Esprit d'entreprendre, es-tu là ? » Mais de quoi parle-t-on ? »,Entreprendre & Innover, /3 n° 11-1 pp.7-18.