



Les déterminants de la création entrepreneuriale des étudiants universitaires : modélisation de la théorie d'Ajzen - cas des étudiants scientifiques marocains

Lamyaa Massouati ^{ax}, Noureddine Abdelbaki ^b, Said Bribich ^c

^a Doctorante, Université Ibn Tofail , Ecole Nationale de Commerce et de Gestion ,Kenitra, Maroc

^b Enseignant chercheur, Université Ibn Tofail , Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Kenitra, Maroc

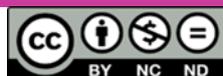
^c Enseignant chercheur, Université Ibn Zohr , Faculté d'Economie et de Gestion Guelmim, Agadir, Maroc

Résumé : Le présent article a pour objectif d'étudier les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants universitaires marocains, en mobilisant la théorie d'Ajzen sur le comportement planifié (1991). L'échantillon de notre étude est composé d'étudiants inscrits à la Faculté de Médecine et de Pharmacie de Casablanca, et à la Faculté des Sciences de Rabat. Les résultats de notre recherche montrent qu'il existe une relation positive et significative entre les trois variables du modèle et l'intention entrepreneuriale, notamment les attitudes, les normes sociales et les aptitudes. Nous concluons aussi qu'il existe une relation significative entre l'intention entrepreneuriale et l'acte d'entreprendre. Toutefois, nous n'estimons pas qu'avoir une intention entrepreneuriale mène nécessairement à une création effective d'une entreprise, car la mise en œuvre de cette intention peut se concrétiser après plusieurs mois ou années, ou jamais ne voir le jour. A cet effet, nous pouvons ouvrir d'autres pistes à savoir l'identification des facteurs pouvant agir directement sur le passage à l'acte.

Mots-clés : Intention entrepreneuriale, attitudes, normes sociales, aptitudes, modèle d'Ajzen, étudiants marocains.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.8322866>

Published in: Volume 2 Issue 4



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

1. Introduction

Sans nul doute, l'entrepreneuriat est un levier de développement et de croissance économique. L'entrepreneur tant étudié par les chercheurs, une allégorie de la théorie de Schumpeter, est une personne qui innove et qui contribue à la croissance économique du pays. D'ailleurs, plusieurs pays encouragent la création d'entreprise, notamment les PME (les Petites et Moyennes Entreprises). Le Maroc n'échappe pas à cette règle. En effet, depuis plusieurs années, des politiques d'accompagnement et d'appui ont été mises en place pour encourager les jeunes à entreprendre. Dans ce sens, des programmes ont été conçus dans des universités pour assurer une formation aux jeunes étudiants dans le domaine et créer chez eux l'envie de créer leur propre entreprise et de se lancer vers une carrière entrepreneuriale plutôt que salariale. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) souligne qu'au Maroc la hausse de l'activité entrepreneuriale est passée de 4,4% (2015) à 5,6% (2016) puis à 8,8% (2017). Cependant, ces chercheurs font remarquer que :

- le choix d'entreprendre est en particulier assuré par des jeunes n'ayant pas suivi un niveau d'enseignement élevé ;
- le facteur psychologique, notamment la peur, reste un frein pour la création d'entreprise ;
- les facilités de financement et les procédures administratives et fiscales doivent être plus avantageuses pour encourager le recours à l'entrepreneuriat ;
- les formations universitaires en entrepreneuriat ne participent pas à l'amélioration de l'activité entrepreneuriale au Maroc.

Ce constat, nous incite à poser deux questions qui nous semblent importante par rapport à notre recherche :

- Quels sont les facteurs qui influencent le recours à l'entrepreneuriat chez les étudiants ?
- Comment peut-on encourager les étudiants universitaires à se lancer dans l'entrepreneuriat ?

Pour trouver des éléments de réponses à ces questions, nous avons choisi un échantillon composé d'étudiants inscrits à La Faculté de Pharmacie et de Médecine de Casablanca et à la Faculté des Sciences de Rabat.

Au cours de notre enquête, nous nous sommes fondées sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen, et nous avons choisi la méthode des équations structurelles qui permet d'analyser les différentes relations de cause à effet du modèle conceptuel en optant pour une approche PLS (Partial Least Square).

Les recherches qui se sont intéressées à la modélisation de l'intention pour comprendre et prédire le comportement de l'individu sont nombreuses. Nous orienter vers une approche behavioriste, notamment la psychologie sociale, nous semble un moyen efficace pour prédire les attitudes de l'Homme et de sa conduite. Ainsi, la théorie d'Ajzen sur le comportement planifié se veut très importante pour expliquer le dessein¹ d'entreprendre (Krueger et Carsrud 1993). Aussi, jugeons nous nécessaire de définir d'abord l'intention entrepreneuriale, ensuite d'expliquer la théorie d'Ajzen tant mobilisée par les chercheurs pour étudier cette intention chez des étudiants marocains.

1. REVUE DE LA LITTERATURE

1.1 L'intention entrepreneuriale

¹ Selon le dictionnaire Larousse dessein signifie le projet de faire quelque chose, intention, but que l'on se propose

L'intention est un concept qui a trouvé son origine en droit pénal et qui était intégré dans le concept de délit qui est l'élément déclencheur de la responsabilité pénale. Ensuite, ce concept s'est élargi dans plusieurs domaines, entre autres l'entrepreneuriat.

En entrepreneuriat, et depuis les années 1980, plusieurs chercheurs se sont intéressés à l'intention, en particulier ceux de la psychologie sociale comme (Ajzen, 1991) qui définit les intentions comme des agents du degré de détermination, des facteurs motivants et de la ténacité qu'on peut faire pour atteindre quelque chose.

Pour (Krueger et Carsrud 1993), l'intention est une structure ayant une dimension cognitive d'un but à atteindre et d'outils pour le réaliser. Selon (Verstraete 1999), identifier l'intention d'une personne inclue le repérage de l'objectif pour mieux cerner les comportements. Pour (Bird 1988), l'intention a pour objectif de s'orienter vers une création entrepreneuriale en l'associant aux motivations (besoins, valeurs et croyances). En ce qui concerne (Vesalainen et Pihkala 1999), l'intention est un processus influencé par des variables contextuelles. (Tounés 2006) avait rejoint cette définition en expliquant les 4 phases des étapes d'une création entrepreneuriale en définissant les champs contextuels pouvant l'influencer, et qui peuvent se résumer comme suit : Le penchant vers quelque chose, le dessein, la détermination ou la prise de décision, et l'agir.

Pour ce qui nous concerne, nous considérons que l'intention est l'une des étapes de la création entrepreneuriale qui se positionne avant l'acte d'entreprendre. Elle est dépendante de certains éléments, notamment environnementaux, sociaux, culturels, et économiques.

1.2 La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991)

La psychologie reste pour la majorité des chercheurs un outil pour comprendre les attitudes ou le comportement de tout un chacun. C'est la raison pour laquelle, plusieurs auteurs ont mobilisé en entrepreneuriat la théorie d'Ajzen qui explique le comportement de l'Homme par trois variables qui sont les attitudes, les normes sociales, et la perception du contrôle comportemental [figure 1].

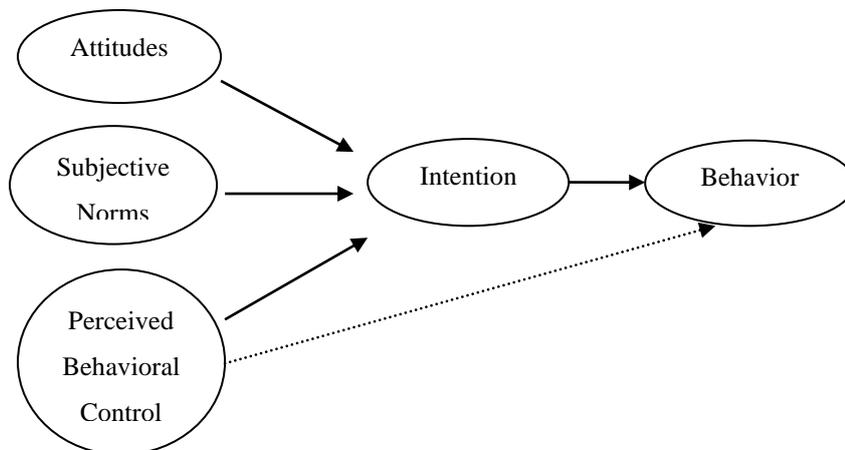


Figure 1. La théorie du comportement planifié (Ajzen 1991)

Les attitudes réfèrent aux facteurs sociaux ou culturels qui peuvent agir sur les valeurs d'une personne. Par exemple les aventures entrepreneuriales vécues par l'individu peuvent agir sur son intention d'entreprendre, ou encore les expériences antérieures qui s'avèrent décisives dans le recours à l'entrepreneuriat. Quant aux normes sociales, il s'agit surtout des vœux d'amis ou de la famille concernant le devenir entrepreneurial, ou encore une pression sociale.

Enfin, le contrôle comportemental perçu signifie les savoirs faire et être qu'une personne détient, ainsi que les ressources informationnelles et financières que l'individu possède pour concrétiser son intention.

2. LES HYPOTHESES DE RECHERCHE

Pour certains chercheurs les modèles hypothético-déductifs fondés sur les attitudes représentent un outil important pouvant aider à comprendre l'intention (Vallerand, 1994 ; Vesalainen et Pihkala 1999 ; Krueger et al 2000 ; Jean Pierre BOISSIN et al 2007). L'hypothèse afférente s'annonce donc comme suit :

- **Hypothèse 1** : les attitudes relatives aux motivations de l'étudiant ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale.

Pour (Vallerand 1994 ; Jean Pierre BOISSIN et al 2009 ; Gergen et al 1992), les normes sociales sont une source d'influence sur nos comportements. L'hypothèse afférente est donc :

- **Hypothèse 2** : les normes sociales, notamment l'entourage ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale

Pour (Autio et al 1997 ; Krueger et Carsrud 1993 ; Krueger et Brazeal 1994 ; Redha BENREDJEM et Jean Michel SAHUT 2016 ; Salah KOUBA et Abdelhak SAHIB EDDINE 2012) confirment que les aptitudes, notamment les formations en entrepreneuriat, les expériences professionnelles et associatives ainsi que les ressources financières renforcent l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cela indique les hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 3** : les aptitudes entrepreneuriales acquises avec l'expérience, les formations universitaires et les ressources financières influencent positivement l'intention entrepreneuriale.
- **Hypothèse 4** : les aptitudes entrepreneuriales influencent positivement les attitudes liées aux motivations.

L'intention étant en amont du processus entrepreneurial et prédisant l'acte d'entreprendre, nous formulons l'hypothèse suivante :

- **Hypothèse 5** : l'intention entrepreneuriale influence positivement l'acte entrepreneurial. A travers ces hypothèses, nous présentons dans la [figure.2], le modèle conceptuel de notre recherche.

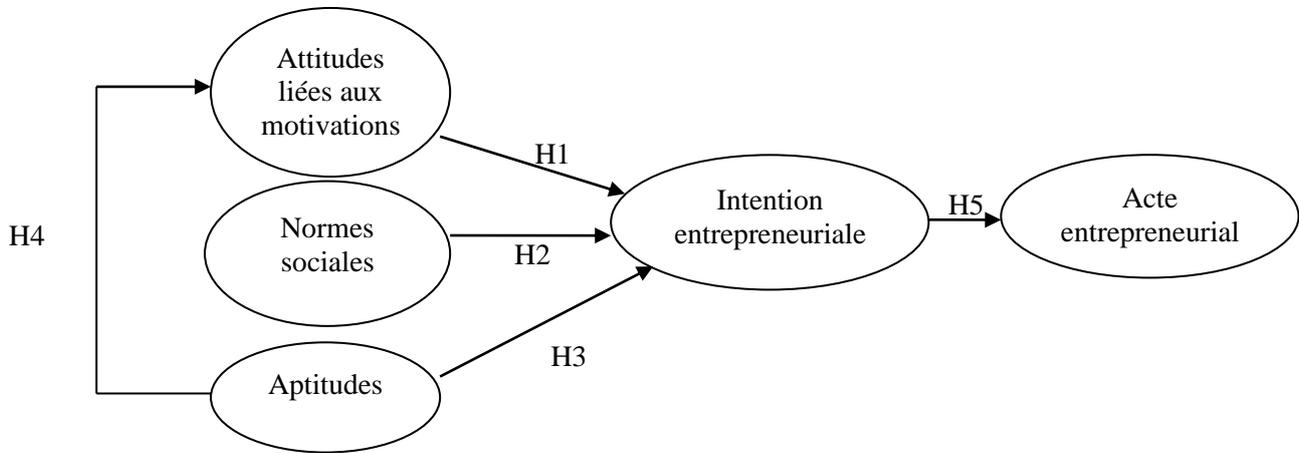


Figure 2. Le modèle conceptuel (élaboré par nous-même)

3. LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Afin de mener cette enquête, nous avons adopté une approche hypothético-déductive qui consiste à vérifier les hypothèses que nous avons formulées à partir de la revue de la littérature pour comprendre les raisons qui incitent les étudiants à entreprendre.

3.1 Mode de collecte des données

Pour collecter nos données, nous avons recueilli les réponses à l'aide d'un questionnaire envoyé à un échantillon de 100 étudiants, inscrits en 7ème année à la Faculté de Médecine et de Pharmacie de Casablanca, et en 2ème année de doctorat à la faculté des Sciences de Rabat entre le 05/04/2021 et le 01/05/2021.

Notre questionnaire est présenté sous forme de grille composée d'items indiquant leur degré d'accord ou de désaccord sur des affirmations relatives à cinq variables, à savoir : les attitudes, les normes sociales, le contrôle perçu, l'intention entrepreneuriale et l'acte entrepreneurial.

Nous nous sommes appuyées sur les échelles de Likert pour mesurer le degré d'intention des étudiants ainsi que leur degré d'approbation avec les différentes variables composant notre travail de recherche. Nous avons alors choisi une échelle à cinq niveaux, et chaque variable a été mesurée par 4 à 7 indicateurs. Cela à fait 21 items. La variable dépendante « acte entrepreneurial » a été mesurée par 5 items évalués sur une échelle de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ».

3.2 Analyse des données

Après la collecte des données, nous avons effectué notre analyse par la modélisation avec les équations structurelles via l'approche PLS à l'aide du logiciel Smart PLS.02.

Avant de valider nos hypothèses, nous testons d’abord la fiabilité et la validité de notre modèle de mesure et structurel.

3.2.1 Test du modèle de mesure

Nous vérifions lors de cette étape, les loadings pour chaque indicateur. Puis, nous vérifions également la fiabilité des échelles de mesure via l’alpha de Crombach, ainsi que la validité du modèle structurel.

3.2.1.1 La vérification des loadings et test de la fiabilité du modèle de mesure

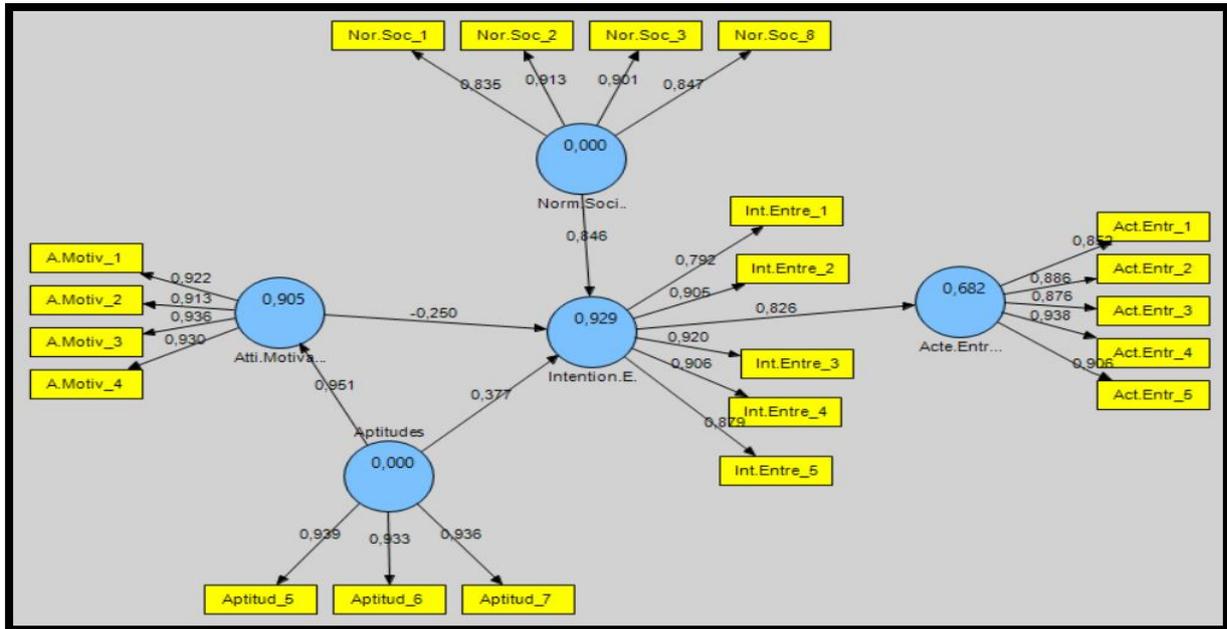
Selon le tableau ci-dessous, la plupart des items implémentés présentent une corrélation acceptable. Les qualités de représentation de la plupart des indicateurs sont presque supérieures au seuil toléré de 0,40 (Evrard et al., 2003) et varient entre 0,50 et 0,92. Enfin, les indicateurs ayant une mauvaise représentation dans le modèle d'analyse ont été supprimés. Nous présentons alors [tableau 1] les indicateurs retenus.

Tableau 1. Loadings sous le logiciel Smart-PLS

Variables	Items	Loading	Alpha Crombach
Attitude Motivation	A.Motiv_1	0,921515	0,935471
	A.Motiv_2	0,912705	
	A.Motiv_3	0,935699	
	A.Motiv_4	0,930298	
Acte Entrepreneurial	Act.Entr_1	0,851579	0,929463
	Act.Entr_2	0,885846	
	Act.Entr_3	0,876064	
	Act.Entr_4	0,937988	
	Act.Entr_5	0,905884	
Aptitudes	Aptitud_5	0,939267	0,943819
	Aptitud_6	0,933089	
	Aptitud_7	0,936058	
Intention Entrepre	Int.Entre_1	0,791807	0,927661
	Int.Entre_2	0,904866	
	Int.Entre_3	0,920326	
	Int.Entre_4	0,90633	
	Int.Entre_5	0,879486	
Normes Sociales	Nor.Soc_1	0,834889	0,897361
	Nor.Soc_2	0,913493	
	Nor.Soc_3	0,900749	
	Nor.Soc_8	0,847429	

Source : Sortie de Smart-PLS

Figure 3. Modèle de mesure après ajustement



Source : sortie de logiciel Smart-PLS

3.2.1.2 Test de la validité convergente

La validité convergente consiste, selon Fornell et Larcker (1981), à calculer la variance moyenne partagée entre une variable et ses indicateurs. Les scientifiques qui utilisent l'approche PLS utilisent une ou deux mesures de la validité convergente [tableau 2]: l'alpha de Crombach et la cohérence interne. Nunnally a considéré le seuil de 0,7 comme un record de fiabilité composite "modeste", utilisée à des stades antérieurs de la recherche.

Tableau 2. Signification et Fiabilité Composée (ρ) par construit

Construits	Composite Reliability
Acte Entrepreneurial	0,95107
Aptitudes	0,955084
Attitude Motivation	0,959575
Intention Entrepreneurial	0,945732
Normes Sociales	0,928674

Source : sortie de logiciel Smart PLS

3.2.1.3 Test de la validité discriminante

Dans le cadre de la validité discriminante, il s'agit de démontrer que la variance partagée entre une variable et ses échelles de mesure (AVE : Average Variance Extracted) est plus grande que la variance partagée entre deux variables (r^2_{ij}). En ce qui concerne l'approche PLS, le principal paramètre de validité discriminante est que le construit doit partager la plus grande variance avec ses échelles de mesure plutôt qu'avec les autres construits [tableau 3].

Tableau 3. Validité discriminante

Construits	AVE	Acte Entrepr	Aptitudes	Atti.Motivation	Intention.Entrepr	Norm.Sociales
Acte Entrepr	0,795569	0,891946747				
Aptitudes	0,876361	0,850765	0,936141549			
Atti.Motivation	0,855802	0,872066	0,842972	0,925095671		
Intention.Entrepr	0,777534	0,825903	0,793704	0,8365	0,881778884	
Norm.Sociales	0,765248	0,837595	0,866647	0,836745	0,795349	0,874784545

Source : sortie de logiciel Smart-PLS

3.2.1.4 La qualité économique du modèle : le test d'adéquation (GoF)

En général, la méthode de mesure permet d'évaluer la qualité du modèle de mesure en fonction de son contenu explicatif. Celui-ci est évalué à l'aide du coefficient de détermination (R^2) des variables endogènes. Comme le soulignent Tenenhaus et al., (2005) : "Contrairement au SEMML, la modélisation des processus PLS n'optimise pas les fonctions scalaires, de sorte qu'il lui manque naturellement un indice qui puisse fournir à l'utilisateur une validation économique du modèle (comme c'est le cas pour χ^2 et les mesures associées dans le SEM-ML).

Dans cette optique, l'auteur propose le GoF, qui constitue une réponse à ce problème Tenenhaus et al., (2005). Cet indice d'adéquation est calculé sur la base de la moyenne des différents construits à partir de la variance expliquée et de R^2 , l'indice de redondance et de communality. La redondance et R^2 ne sont pas calculés pour les construits exogènes. Sur la base de certaines études, l'indice GoF peut être évalué à l'aide de la formule suivante :

$$GoF = \sqrt{(Moyenne (R^2)) * (Moyenne (Communality))}$$

Selon les résultats présentés dans le tableau ci-dessus [tableau 4], nous pouvons dire que l'indice GoF est très intéressant, soit de 0,638, ce qui est bien au-dessus du niveau recommandé (le niveau recommandé est de 0,30).

Tableau 4. Variance expliquée (R²), “communality”, “redundancy” et l’index GoF du modèle

	R² (variance expliquée)	Redundancy	Communality
Acte Entrepreneurial	0,682116	0,538727	0,795569
Aptitudes		0,876361	0,876361
Attitude Motivation	0,905287	0,772817	0,855802
Intention Entrepreneurial	0,928844	0,401024	0,777534
Normes Sociales		0,765248	0,765248
Total	2,516247		
Average	0,5032494		0,80851419
Gof	0,637874816		

Source : sortie de logiciel Smart PLS

Compte tenu des résultats présentés dans le tableau ci-dessus, l'indice GoF est très intéressant, soit 0,638, ce qui est bien supérieur au niveau préconisé (le niveau préconisé est de 0,30).

3.2.2 Test du modèle structurel

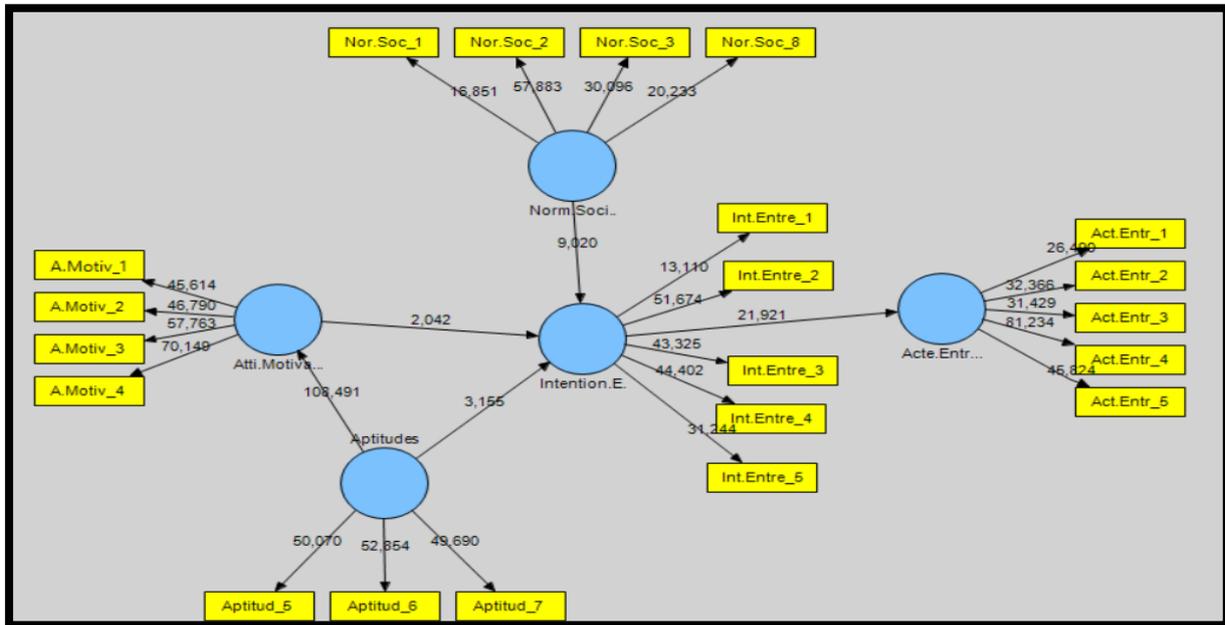
Comme son nom l'indique, le modèle structurel, dit aussi modèle interne, représente les relations entre les variables latentes explicatives et les variables latentes à expliquer. Cette étude a notamment pour objectif de tester un ordre causal dans les relations entre les différents construits. Notre modèle testé a été soumis à une évaluation interne à l'aide du "schéma de pondération des structures" (path weighting scheme).

Le test d'hypothèse vise à examiner le niveau de signification des paramètres d'estimation (coefficient de chemin) des relations entre les variables latentes. Nous avons donc utilisé la technique du bootstrap (avec un échantillon de 500) pour tester la significativité statistique de chaque coefficient. Le tableau ci-dessous [tableau 5] présente le test des hypothèses avec l'explication des coefficients de corrélation (β) et le T de Student.

Tableau 5. Test des hypothèses par la méthode du bootstrap

Hypothèses	B coefficient	T Statistics (Z>1,96)	Signification
Attitude Motivation → Intention Entrepreneurial	0,377	2,042134	Validée
Normes Sociales → Intention Entrepreneurial	0,846	9,019869	Validée
Aptitudes → Intention Entrepreneurial	-0,250	3,154981	Validée
Aptitudes → Attitude Motivation	0,951	108,490744	Validée
Intention Entrepreneurial → Acte Entrepreneurial	0,826	21,921033	Validée

Source : conçu par nous-même d’après les sorties du logiciel Smart PLS

Figure 4: Modèle structurel

Source : Sortie Smart-PLS

4. RESULTATS

Test de la première hypothèse H₁ : Attitude Motivation → Intention entrepreneuriale

Suivant les estimations obtenues, nous constatons que la relation entre ces deux construits (**Attitude Motivation & Intention entrepreneuriale**) présente un coefficient dont la valeur peut être considérée comme satisfaisante et positive ($\beta = 0,377$). L'examen de la valeur T montre qu'elle est de 2,042, bien en dessus du seuil ($Z > 1,96$), ce qui justifie une relation très significative entre les deux variables. L'hypothèse (H₁) est donc confirmée.

⇒ Nous concluons que les attitudes motivation ont une influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Test de la deuxième hypothèse H₂ : Normes Sociales → Intention Entrepreneurial

En ce qui concerne les analyses obtenues, nous avons une corrélation très significative et négative entre ces deux variables ($\beta = 0,846$) (**Normes Sociales → Intention Entrepreneurial**). L'examen de la valeur t montre qu'elle est de 9,02, ce qui est largement supérieur au seuil supposé (c'est-à-dire $Z > 1,96$), ce qui implique une relation très significative entre les deux variables. L'hypothèse (H₂) est donc confirmée.

⇒ Nous arrivons à la conclusion que les normes sociales ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Test de la troisième hypothèse H₃ : Aptitudes → Intention Entrepreneurial

Il en ressort une corrélation négative et non significative entre ces deux variables (**Aptitudes & Intention Entrepreneurial**), soit ($\beta = -0,250$). En étudiant la valeur t, on constate qu'elle est de 3,155, ce qui est largement supérieur au seuil supposé ($Z > 1,96$), ce qui implique une relation très significative entre les deux variables. L'hypothèse (H₃) est donc confirmée.

- ⇒ Nous en déduisons que les aptitudes ont un impact significatif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Test de la quatrième hypothèse H 4 : Aptitudes → Attitude Motivation

Sur la base des résultats que nous avons obtenus, notre conclusion est que cette hypothèse est validée. Les évaluations obtenues montrent une corrélation très représentative et positive entre ces deux variables (c'est-à-dire $\beta = 0,951$). L'examen de la valeur t montre qu'elle est de 108,490, ce qui est largement supérieur au seuil accepté ($Z > 1,96$), ce qui implique une relation très significative entre les deux variables. En résumé, l'hypothèse (H.4) est donc confirmée.

- ⇒ Cela signifie que les aptitudes ont un effet positif sur les attitudes.

Test de la cinquième hypothèse H 5 : Intention Entrepreneurial → Acte Entrepreneurial

Sur la base des résultats que nous avons obtenus, nous concluons que cette hypothèse est validée. Les évaluations obtenues montrent une corrélation positive et significative entre ces deux variables (c'est-à-dire $\beta = 0,826$). L'examen de la valeur t montre qu'elle est de 21,921 bien supérieur au seuil accepté ($Z > 1,96$), ce qui implique une relation très significative entre les deux variables. En résumé, l'hypothèse (H.4) est donc confirmée.

- ⇒ Ce qui montre que l'intention entrepreneuriale influence positivement l'acte d'entreprendre.

5. DISCUSSION ET CONCLUSION

En somme, nous pouvons dire que les trois variables explicatives du modèle ont été significatives dans l'explication de l'intention entrepreneuriale. Ainsi, nous validons l'impact des attitudes (motivations), des normes subjectives et des aptitudes sur l'intention entrepreneuriale et nous confirmons l'impact positif de cette dernière sur l'acte entrepreneurial. Cet impact positif met en évidence les efforts déployés par l'Etat pour encourager les entrepreneurs potentiels à choisir une carrière entrepreneuriale plutôt que salariale. En effet, les différents programmes mobilisés par le pays pour favoriser la culture entrepreneuriale ont donné leurs fruits, en assurant aux entrepreneurs potentiels des suivis et un accompagnement sur le terrain, des sources d'information leur permettant d'avoir une idée claire sur le processus à suivre, et des procédures administratives simplifiées. Les résultats de cette enquête sont encourageants et font penser à d'autres moyens susceptibles d'encourager les étudiants. Nous déduisons également que les étudiants sont influencés par leur entourage. Cependant, nous signalons que les ressources informationnelles, notamment les expériences et les formations ont un impact négatif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Bien évidemment notre recherche comporte des limites. D'abord, il est difficile de prouver que toute intention forte ou faible, soit-elle, mène nécessairement à la création effective d'une entreprise. Ensuite, l'intention reste dépendante de plusieurs facteurs, entre autres, psychologiques, environnementaux, et professionnels que l'étudiant peut rencontrer.

Enfin, il faut dire que les premiers jalons de cette recherche sont désormais bien installés. Il est dès lors possible d'envisager des actions visant à améliorer le présent travail. Il est possible de chercher d'autres variables qui peuvent mieux prédire et expliquer l'intention entrepreneuriale, ainsi que des variables modératrices qui peuvent renforcer aussi la relation intention-crédation entrepreneuriale pour garantir le passage effective à l'action. Il est également possible de donner plus d'importance aux étudiants inscrits dans des disciplines humaines et littéraires car nous avons remarqué qu'ils ne sont

pas intéressés par l'entrepreneuriat, d'où la nécessité de connaître les raisons de ce désintérêt. Nous proposons aussi aux futurs chercheurs de s'intéresser au milieu rural puisque nous savons que les étudiants venus de milieu défavorable veulent garantir des revenus au lendemain de l'obtention de leur diplôme et ne peuvent pas attendre longtemps pour avoir des gains financiers.

Bibliographie

- [1] **Autio et al** (1997), "Entrepreneurial Intent among Students: Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia and in the USA", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College.
- [2] **Boissin J-P.** (2007), « Trouver de nouvelles structures de transmission, dans l'art d'entreprendre », sous la direction d'Allain Fayolle, les Echos Edition.
- [3] **Bird B.J.** (1988), "Implementing entrepreneurial Ideas: The case for intention", *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- [4] **Carmines E-G et Zeller R-A.** "Reliability and validity assessment". Sage publications, 1979.
- [5] **Chin, Wynne W.** "Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling." *MIS Quarterly*, vol. 22, no. 1, 1998, pp. vii–xvi. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/249674>. Accessed 13 Oct. 2022.
- [6] **Churchill C. et Hornaday J.** (1987), "Current trends in entrepreneurial research. In: *Frontiers of Entrepreneurship Research*", Babson College, Wellesley, p. 1–21
- [7] **Hair et al** "PLS-SEM: Indeed a silver bullet". *Journal of Marketing theory and Practice*, 2011, vol. 19, no 2, p. 139-152.
- [8] **Hulland, John.** "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies". *Strategic management journal*, 1999, vol. 20, no 2, p. 195-204.
- [9] **Icek A,** "The theory of planned behavior", 1991, *Organizational behavior and human decision processes* Vol. 50(2), pp 179-211, DOI: [https://doi.org/10.1016/07495978\(91\)9002T](https://doi.org/10.1016/07495978(91)9002T)
- [10] **Icek A, Martin F,** "Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior", 1980, Prentice Hall, pp 278.
- [11] **KOUBAA, Salah, and Abdelhak SAHIB EDDINE,** "Entrepreneurial intention of students in Morocco: a PLS analysis of the structural equation method", October 2012, Conference: 11th International Francophone Research Congress on Entrepreneurship and SMEs.
- [12] **Krueger N., and Carsrud A.** (1993), "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior". *Entrepreneurship and Regional Development*, vol 5 , p315–330.
- [13] **Krueger N. F., Brazeal D. V.** (1994), "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), p 91-104.
- [14] **Krueger et Carsrud** (2000), « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, pp 411-432.
- [15] **Lohmoller, J.B.** (1989), "Latent Variable Path Modeling with Partial Least Squares". Physica- Verlag, Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-52512-4>
- [16] **Tounès A.** (2003), "Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE » , Thèse en Sciences de Gestion, Université de Rouen.
- [17] **Rédha B, and Jean-Michel S,** "Crossed perspectives on the determinants of students' entrepreneurial intention", 2016, *Management 2000*, Vol 33, pp 113-48, DOI : <https://doi.org/10.3917/g2000.334.0113>

- [18] **Tenenhaus et al.** “PLS path modeling. Computational statistics & data analysis”, 2005, vol. 48, no 1, p. 159-205.
- [19] **Vesalainen J et Pihkala T.** (1999), “Motivation structure and entrepreneurial intentions”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College,
- [20] **Verstraete T.** (1999), « Entrepreneuriat, connaître l’entrepreneur, comprendre ses actes », *Economie et Innovation*, L’Harmattan, 207 p.
- [21] **Vallerand R.** (1994), “Les fondements de la psychologie sociale”, (sous la direction de Gaëtan Morin, , 888 pages.