

UNIVERSITE DE YAOUNDE I

.....  
CENTRE DE RECHERCHE ET DE  
FORMATION DOCTORALE EN  
SCIENCES HUMAINES, SOCIALES  
ET ÉDUCATIVES

.....  
UNITÉ DE RECHERCHE ET  
FORMATION DOCTORALE EN  
SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

.....  
DÉPARTEMENT DE PSYCHOLOGIE  
.....

THE UNIVERSITY OF YAOUNDE I

.....  
POSTGRADUATE SCHOOL FOR  
SOCIAL AND EDUCATIONAL  
SCIENCES

.....  
DOCTORAL RESEARCH UNIT FOR  
SOCIAL SCIENCES

.....  
DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY  
.....

***MOTIVATION ENTREPRENEURIALE,  
PROFIL ENTREPRENEURIAL ET CONSTRUIT  
DE VOLITION DURANT LE PROCESSUS  
ENTREPRENEURIAL***

Mémoire présenté et soutenu publiquement en vue de l'obtention du  
Diplôme de Master en Psychologie

**Option** : Psychologie sociale

Par :

**AMBELA MENDO Edwige Linda**  
Licenciée en Psychologie sociale



Sous la direction de :  
**Pr. Samuel NYOCK ILOUGA**  
Maître de conférences

**Janvier 2023**

# SOMMAIRE

<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LISTE DES FIGURES.....</b>	<b>iv</b>
<b>LISTE DES ÉQUATIONS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABRÉVIATIONS, ACRONYMES ET SIGLES .....</b>	<b>vii</b>
<b>RÉSUMÉ.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	<b>1</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : CADRE.....</b>	<b>4</b>
<b>CONCEPTUEL ET THÉORIQUE .....</b>	<b>4</b>
<b>CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE .....</b>	<b>5</b>
<b>CHAPITRE 2 : REVUE DE LA LITTÉRATURE .....</b>	<b>20</b>
<b>CHAPITRE 3 : MODÈLES THÉORIQUES DE RÉFÉRENCE .....</b>	<b>58</b>
<b>DEUXIÈME PARTIE : CADRE METHODOLOGIQUE.....</b>	<b>70</b>
<b>CHAPITRE 4 : MÉTHODOLOGIE .....</b>	<b>71</b>
<b>CHAPITRE 5 : PRÉSENTATION DES DONNÉES ET .....</b>	<b>93</b>
<b>ANALYSE DES RÉSULTATS .....</b>	<b>93</b>
<b>CHAPITRE 6 : DISCUSSION DES RESULTATS .....</b>	<b>120</b>
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	<b>125</b>
<b>REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....</b>	<b>127</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>148</b>
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>155</b>

À

*Feue ma grand-mère*

*ZEH MBETI Régine*

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à témoigner notre gratitude à toutes les personnes ayant participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Nos pensées sont tournées initialement vers notre directeur de mémoire Pr Samuel Nyock Ilouga dont la bienveillance, le pragmatisme et la clairvoyance nous ont guidé lors de la conception de ce mémoire.

Nous tenons à remercier tous les enseignants du Département de Psychologie de l'Université de Yaoundé I pour le savoir à nous dispensé tout au long de notre parcours, nous pensons particulièrement au Pr Raymond Mbede, au Pr Chandel Ebale Moneze, au Pr Edouard Adrien Mvessomba et au Pr Claude Noubissie.

Nous exprimons par ailleurs notre reconnaissance aux membres de notre équipe de recherche pour leur apport substantiel, nous pensons particulièrement à Léonce Guemeta, Davy Ambassa et Arthur Kemgang.

Nous tenons également à exprimer toute notre gratitude à l'endroit de nos parents Ambela Jean Pierre et Ginette Sara Many, à notre fille Pierrick Emeraude ainsi qu'à nos frères Camille Anong, Jean-Patrick Ambela, Gabriel Ambela, Zamir Ambela et Stéphane Ambela.

Nous ne saurons clore cette section sans toutefois remercier Jean Marie Abomo, Paule Ambela, Diane Karel, Vanessa Nyangono et Matilde Nga pour leur soutien indéfectible et multiforme.

## LISTE DES FIGURES

<i>Figure 1: formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982).....</i>	<i>60</i>
<i>Figure 2: continuum de l'autodétermination (Deci et Ryan, 2000) .....</i>	<i>62</i>
<i>Figure 3 : Représentation intégrée du modèle des phases de l'action (Achtziger et Gollwitzer, 2008).....</i>	<i>66</i>
<i>Figure 4 : Modèle des phases de l'action associé à l'entrepreneuriat .....</i>	<i>67</i>
<i>Figure 5: modèle hiérarchique de la volition (Moussa-Mouloungui, 2012).....</i>	<i>69</i>

## LISTE DES ÉQUATIONS

<i>Équation 1: Formule du coefficient de corrélation de Bravais-Pearson _____</i>	<i>91</i>
<i>Équation 2: Formule de la droite de régression (régression linéaire simple) _____</i>	<i>91</i>

## LISTE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1 : Répartition des dimensions de la motivation entrepreneuriale.....</i>	<i>31</i>
<i>Tableau 2: indicateurs de l'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité (Giacomin et al. 2016).....</i>	<i>35</i>
<i>Tableau 3 : Déterminants démographiques des entrepreneurs par nécessité/opportunité.....</i>	<i>37</i>
<i>Tableau 4 : Capital humain des entrepreneurs par nécessité/opportunité .....</i>	<i>39</i>
<i>Tableau 5: Objectifs des entrepreneurs par nécessité et des entrepreneurs par opportunité (Giacomin et al., 2016) .....</i>	<i>40</i>
<i>Tableau 6 : Démarches de création des Entrepreneurs par nécessité et des entrepreneurs par opportunité .....</i>	<i>43</i>

<b>Tableau 7:</b> Secteur de création des entrepreneurs par nécessité et des entrepreneurs par opportunité .....	44
<b>Tableau 8:</b> caractéristiques clés de la volition via son opérationnalisation et son effet sur le potentiel de préparation (Segghezi et Haggard, 2022).....	52
<b>Tableau 9:</b> présentation de la variable indépendante motivation , ses modalités et ses indicateurs.....	74
<b>Tableau 10:</b> Présentation de la variable indépendante profil entrepreneurial, ses modalités et ses indicateurs.....	75
<b>Tableau 11:</b> présentation de la VD, ses modalités et ses indicateurs.....	76
<b>Tableau 12:</b> Répartition des participants suivant le genre.....	80
<b>Tableau 13:</b> Répartition des participants suivant l'âge .....	80
<b>Tableau 14:</b> Répartition des participants suivant le statut matrimonial.....	81
<b>Tableau 15:</b> Répartition des participants suivant le niveau d'étude .....	81
<b>Tableau 16:</b> Répartition des participants suivant le domaine d'activité.....	82
<b>Tableau 17:</b> Répartition des participants suivant la région d'origine .....	83
<b>Tableau 18:</b> Répartition des participants suivant la religion.....	83
<b>Tableau 19:</b> Répartition des participants suivant le type d'entreprise créée.....	84
<b>Tableau 20:</b> Présentation de l'item Q1.....	87
<b>Tableau 21:</b> Alpha de Cronbach du Volitional Component Questionnaire (VCQ-3) .....	88
<b>Tableau 22:</b> Alpha de Cronbach du l'échelle de motivation.....	89
<b>Tableau 23:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial.....	93
<b>Tableau 24:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et leur sexe.....	94
<b>Tableau 25:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et l'âge.....	95
<b>Tableau 26:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la situation matrimoniale .....	96
<b>Tableau 27:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et le niveau d'étude.....	97
<b>Tableau 28:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et le domaine d'activité.....	98
<b>Tableau 29:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la région d'origine.....	99
<b>Tableau 30:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la religion.....	100
<b>Tableau 31:</b> Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la typologie de leur entreprise .....	101
<b>Tableau 32:</b> Statistiques descriptives de la motivation prosociale.....	103
<b>Tableau 33:</b> Statistiques descriptives de la motivation au succès professionnel.....	102
<b>Tableau 34:</b> Statistiques descriptives de la motivation au succès social.....	103
<b>Tableau 35:</b> Statistiques descriptives de la motivation à l'innovation.....	104
<b>Tableau 36:</b> Statistiques descriptives de l'autodétermination.....	104
<b>Tableau 37:</b> Statistiques descriptives de l'automotivation .....	105
<b>Tableau 38:</b> Statistiques descriptives de la résistance à l'incertitude.....	105
<b>Tableau 39:</b> Statistiques descriptives du contrôle de l'action .....	106
<b>Tableau 40:</b> Statistiques descriptives de l'initiative .....	106
<b>Tableau 41:</b> Statistiques descriptives de l'orientation vers l'action .....	107
<b>Tableau 42 :</b> Statistiques descriptives de la concentration .....	107
<b>Tableau 43:</b> <b>Corrélations</b> .....	109

<b>Tableau 44:</b> Régression linéaire simple de la motivation au succès professionnel sur la volition.....	111
<b>Tableau 45:</b> Répartition de la motivation au succès professionnel suivant le profil entrepreneurial.....	112
<b>Tableau 46:</b> répartition de la volition suivant le profil entrepreneurial .....	112
<b>Tableau 47:</b> régression linéaire simple de la motivation prosociale sur la volition.....	115
<b>Tableau 48:</b> répartition de la motivation prosociale suivant le profil entrepreneurial .....	116
<b>Tableau 49:</b> régression linéaire simple de la motivation au succès social sur la volition....	113
<b>Tableau 50:</b> répartition de la motivation prosociale suivant le profil entrepreneurial .....	114
<b>Tableau 51:</b> régression linéaire simple de la motivation à l'innovation sur la volition .....	117
<b>Tableau 52:</b> répartition de la motivation prosociale suivant le profil entrepreneurial .....	118

## ABRÉVIATIONS, ACRONYMES ET SIGLES

**CAMERCAP** : Centre d'Analyse et de Recherche sur les Politiques Sociales du Cameroun

**DPSCE** : Dispositif de Production des Statistiques Courantes sur l'Emploi

**DSCE** : Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi

**GICAM** : Groupement Inter patronal du Cameroun

**GOWE** : Growth Oriented Women Entrepreneurs

**INS** : Institut National de la Statistique

**MINADER** : Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural

**MINEFOP** : Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle

**MINJEC** : Ministère de la Jeunesse et de l'Education Civique

**OCDE** : Organisation de Coopération et de Développement Economique

**OIT** : Organisation Internationale du Travail

**PAJER-U** : Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine

**Pari-Jedi** : Programme d'Aide au Retour et à l'Insertion des Jeunes de la Diaspora

**PEA-Jeunes** : Plan d'Epargne en Actions des Jeunes

**PIAASI** : Programme d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel

**PIFMAF** : Projet d'insertion socio-économique des jeunes par la création des microentreprises de fabrication du matériel sportif

**PTS-Jeunes** : Plan Triennal "Spécial Jeunes"

**RGE** : recensement général des entreprises

**SDN** : Stratégie Nationale de Développement 2020-2020

**VCQ-3** : Volitional Component Questionnaire

## RÉSUMÉ

Au Cameroun, le chômage des jeunes est préoccupant à tel point que les pouvoirs publics en ont fait l'un des objectifs du millénaire pour le développement. Pour cela, le Gouvernement camerounais s'efforce de réduire son taux à travers la politique de l'auto-emploi, même si les résultats restent mitigés à cause des échecs rencontrés dans la mise en œuvre de certains projets (SND 30, 2020). D'après les coordonnateurs des programmes d'incitation à l'entrepreneuriat (PIAASI, PAJER-U, PADER, etc), ces échecs sont dus aux fautes de gestion matérielles et financières de la part des porteurs de projet. Pourtant, la littérature met une emphase sur la mobilisation des ressources personnelles comme gage de réussite en entrepreneuriat. C'est notamment le cas du construit de volition qui est présenté comme l'une des clés de succès entrepreneurial au vu de sa capacité à porter les individus à l'atteinte de leurs objectifs malgré les difficultés auxquelles ils pourraient faire face (Moussa Mouloungui, 2012). Par ailleurs, des notions telles que la motivation (Heckhausen et Gollwitzer, 1987) et le profil entrepreneurial (Ambela Mendo, 2020) semblent liés à l'expression des capacités volitives. Ainsi, s'inscrivant dans cette lancée, le présent mémoire a pour objectif général de vérifier si la motivation entrepreneuriale a un effet sur la volition et si cet effet varie suivant le profil des entrepreneurs. Pour ce faire, une enquête a été menée auprès de 201 entrepreneurs exerçant dans la ville de Yaoundé (Cameroun) à travers un questionnaire auto-rapporté dont les réponses ont fait l'objet d'une analyse de régression simple avec méthodologie de surface de réponse. Les résultats obtenus indiquent que la motivation a un effet sur la volition mais cet effet ne varie pas suivant le profil entrepreneurial. Ces résultats vont partiellement dans le sens de nos prédictions ce qui suggère que les structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat devraient stimuler les motivations aux succès professionnel et social, ainsi que les motivations prosocial et à l'innovation afin de garantir une mobilisation idoine des capacités volitives des entrepreneurs.

**Mots clés :** volition, motivation, entrepreneur par nécessité, entrepreneur par opportunité.

## ABSTRACT

In Cameroon, youth unemployment is so worrying that the government has made it one of the Millennium Development Goals. To this end, the Cameroonian government is trying to reduce its rate through the policy of self-employment, even if the results remain mixed because of the failures encountered in the implementation of some projects (SND 30, 2020). According to the coordinators of entrepreneurship incentive programs (PIAASI, PAJER-U, PADER, etc.), these failures are due to material and financial mismanagement on the part of project leaders. However, the literature emphasizes the mobilization of personal resources as a guarantee of success in entrepreneurship. This is notably the case for the volition construct, which is presented as one of the keys to entrepreneurial success in view of its capacity to lead individuals to achieve their objectives despite the difficulties they may face (Moussa Mouloungui, 2012). Furthermore, notions such as motivation (Heckhausen and Gollwitzer, 1987) and entrepreneurial profile (Ambela Mendo, 2020) seem to be linked to the expression of volitional capacities. Thus, following this line of thought, the general objective of this dissertation is to verify whether entrepreneurial motivation has an effect on volition and whether this effect varies according to the profile of entrepreneurs. To this end, a survey was conducted among 201 entrepreneurs operating in the city of Yaoundé (Cameroon) through a self-reported questionnaire whose responses were subjected to a simple regression analysis with response surface methodology. The results obtained indicate that motivation has an effect on volition but this effect does not vary according to the entrepreneurial profile. These results are partially in line with our predictions, which suggests that entrepreneurship support structures should stimulate motivations for professional and social success, as well as prosocial and innovation motivations, in order to guarantee an appropriate mobilization of entrepreneurs' volitional capacities.

**Key words:** volition, motivation, necessity entrepreneur, opportunity entrepreneur.

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

À la faveur de l'émergence de nouvelles crises sociales, économiques, politiques et culturelles, les efforts des sociétés humaines se sont consacrés à la recherche de stratégies novatrices de gestion de la cité en vue d'améliorer les conditions de vie des citoyens. Dès lors, il est de plus en plus question de promouvoir la créativité et l'innovation susceptibles d'apporter des solutions aux problèmes dont la robustesse n'est plus à démontrer. Il en est ainsi des difficultés d'insertion des jeunes qui se posent avec acuité car le problème de chômage n'a cessé de s'aggraver ces dernières années dans le monde en général, en Afrique en particulier. De façon concrète, sur les 78 millions de jeunes chômeurs recensés à l'échelle mondiale par l'Organisation Internationale du Travail (OIT) en 2013, 38 millions (soit un peu plus de 48,71%) sont des africains (OIT, 2013). Ces statistiques sont révélatrices des difficultés d'insertion professionnelle des jeunes africains. Dès lors, la problématique de l'emploi constitue une préoccupation majeure pour les Etats africains ceci en raison de l'abondante main d'œuvre qui s'accumule au fil du temps. A ce propos, un rapport de la Banque Mondiale (2014a) estime à près de 10 millions le nombre de jeunes qui arrivent sur le marché de l'emploi chaque année en Afrique Subsaharienne. En ce qui concerne le Cameroun, l'Institut National des Statistiques (2021) estime à 6.1% le taux de chômage au Cameroun en 2021. Dans ce pays la fonction publique, plus grande pourvoyeuse d'emplois, n'offre plus que très peu d'opportunités ; *idem* pour le secteur privé ce qui laisse entrevoir que l'offre n'arrive plus à suivre la demande. Cette situation a conduit le Gouvernement camerounais à mettre en œuvre les recommandations de l'OIT qui présente l'auto-emploi comme une voie salubre au problème de chômage qui sévit dans le monde entier.

Dans cette perspective, l'Etat camerounais a redéfini sa stratégie en accordant la priorité à la promotion de l'entrepreneuriat (DSCE, 2009). Cette volonté s'est traduite par de multiples réformes qui ont abouti à la création de structures d'accompagnement et de suivi des entrepreneurs tel le Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U), le Projet d'insertion socio-économique des jeunes par la création des micro-entreprises de fabrication du matériel sportif (PIFMAF), le Programme d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel (PIAASI), le Plan Triennal "Spécial Jeunes" (PTS-Jeunes), le Programme d'Aide au

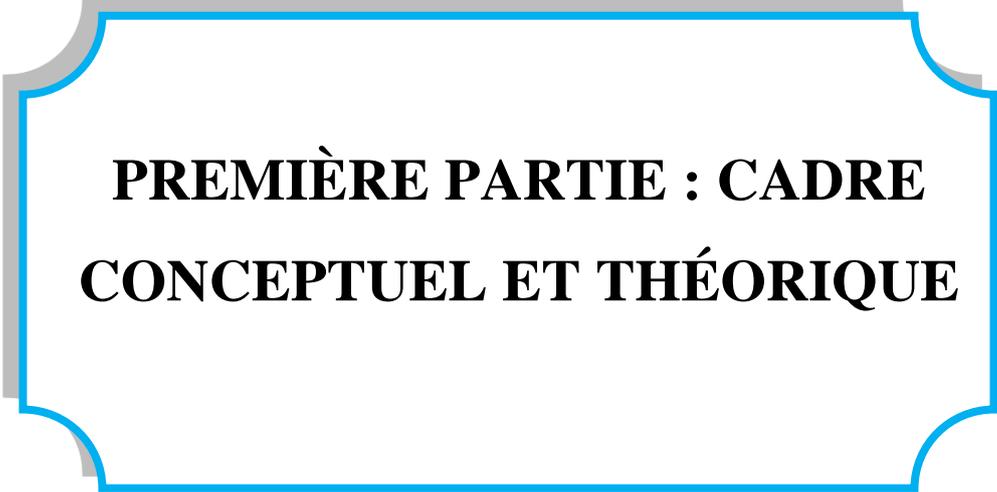
Retour et à l'Insertion des Jeunes de la Diaspora (Pari-Jedi), le Plan d'Épargne en Actions des Jeunes (PEA-Jeunes), etc. Le gouvernement est soutenu dans son action par des partenaires sociaux à l'instar du Centre Régional de Développement des Activités Agropastorales et Artisanales du Cameroun (CREDACAM), le *Growth Oriented Women Entrepreneurs* (GOWE), etc.

Étonnamment, les résultats de toutes ces initiatives ne sont pas ceux escomptés car le taux d'échec de création entrepreneurial augmente au fil du temps. Selon les coordonnateurs des programmes d'incitation à l'auto-emploi, l'échec des politiques d'autonomisation des jeunes est dû à une mauvaise gestion des ressources. Ce qui implicitement invite à une prise en compte des facteurs personnels impliqués dans le processus entrepreneurial tel que prôné par Nyock Ilouga (2019) et Nguedong (2020). Dans cette perspective, la mobilisation idoine des capacités volitives est présentée comme clé de succès entrepreneurial (Hikkerova & al., 2016 ; Nyock Ilouga & al., 2013 ; Moussa-Mouloungui, 2012 ; Nyock Ilouga, 2019). Par ailleurs, il prévaut l'idée selon laquelle le comportement entrepreneurial des individus est fonction de leur motivation entrepreneuriale (Diop et al., 2012) et de leur profil entrepreneurial (Reynolds et al., 2001 ; Giacomini et al., 2011, 2016). C'est ce qui justifie la formulation de notre sujet de mémoire ainsi qu'il suit : ***Motivation entrepreneuriale, profil entrepreneurial et construit de volition durant le processus entrepreneurial.***

Ce travail ambitionne mettre en commun la motivation, le profil entrepreneurial et le construit de volition. Pour ce faire, une étude quantitative a été menée à l'aide d'un questionnaire auto-rapporté comme dans les recherches antérieures (Diop et al., 2012, Reynold et al., 2001 ; Sarasvathy, 2004 ; Caliendo et Kritikos, 2009 ; Giacomini et al., 2010, 2016 ; Moussa-Mouloungui, 2012 ; Nyock Ilouga et al., 2013 ; Nguedong, 2014, 2020 ; Hikkerova et al., 2016 ; Nyock Ilouga, 2019). Les données collectées auprès de 201 entrepreneurs exerçant dans la ville de Yaoundé ont été traitées à travers une analyse de régression simple avec méthodologie de surface de réponse à partir du logiciel SPSS 26.

Cette recherche est organisée en deux parties. La première partie intitulée cadre théorique, comporte trois chapitres : le chapitre premier présente la problématique de l'étude, le chapitre deuxième traite de l'analyse conceptuelle et de la revue de la littérature et le chapitre troisième fait référence aux modèles théoriques. La seconde partie intitulée cadre méthodologique est structurée en trois chapitres. Le chapitre quatrième précise la

méthodologie de l'étude, le chapitre cinquième présente les résultats de recherche et le chapitre sixième interprète les résultats.



**PREMIÈRE PARTIE : CADRE  
CONCEPTUEL ET THÉORIQUE**

# CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE

Le premier chapitre de ce travail est axé sur la problématique de notre recherche. Sa construction trouve son fondement dans les contextes socio-économique et professionnel camerounais. Ce contexte nous révèle les statistiques sur l'emploi, le chômage des jeunes ainsi que la promotion de l'entrepreneuriat par le gouvernement. Il est étayé par un constat théorique mettant en exergue les différents travaux ayant abordé les dimensions psychologiques impliquées dans le processus entrepreneurial. L'analyse du contexte précède la présentation du problème, les questions, les hypothèses et les objectifs de la recherche. La suite du travail aborde l'intérêt de l'étude, sa pertinence, sa délimitation et une synthèse de la démarche méthodologique utilisée.

## 1.1. Contexte de l'étude

Cette section dévoile le constat empirique sur lequel repose le présent travail. Il s'agit tout d'abord des statistiques sur l'emploi et le chômage au Cameroun, ensuite seront évoquées les actions de promotion de l'entrepreneuriat au Cameroun et enfin les résultats de ces actions clôtureront la section.

### 1.1.1. Constat empirique

Tel que mentionné ci-dessus, le constat empirique présente les statistiques sur l'emploi et le chômage au Cameroun, les initiatives de stimulation de l'auto-emploi et les résultats de ces initiatives.

#### 1.1.1.1. Statistiques sur l'emploi au Cameroun

Selon le Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi (DSCE, 2012), les emplois disponibles au Cameroun se répartissent dans le secteur public (l'Etat), secteur privé (formel et informel) et les Organisations Non Gouvernementales (ONG). En 2016, le deuxième recensement général des entreprises (RGE-2, 2016) a permis de dénombrier 897 969 offres d'emplois dont 262 000 dans la fonction publique et 635 969 dans le privé. En 2019, l'Organisation Internationale du Travail estimait le taux de travailleurs salariés au Cameroun à 25,61% de la population active (Banque mondiale, 2019), avec une proportion de femmes salariées correspondant à 16,8% contre 33,3% d'hommes salariés. Le taux d'emploi des femmes âgées entre 15-24ans est de 41,7% contre 49,5% chez les hommes. Le ratio emploi/population des femmes âgées de 14 à 24 ans est de 48% et chez les hommes il est de

55%. Par ailleurs, la proportion des chefs d'entreprises est de 3,1% ; les hommes représentent 3,8% de la population générale et les femmes 2,3%. Cette faible capacité d'absorption des entreprises camerounaises, en matière d'emploi est révélatrice de la fragilité économique du pays et de son incapacité à créer des emplois salariés décents, bien que le taux de sous-emploi soit légèrement en baisse, soit 65% selon l'INS (2021), il reste tout de même important.

Par ailleurs, le rapport de l'enquête menée auprès des entreprises informelles au Cameroun révèle que 90% des travailleurs camerounais exercent dans le secteur informel (Organisation internationale du travail, 2017). Les autres actifs occupés appartiennent au secteur formel, soit un total de 354 756 employés permanents dénombrés en 2018 (INS, 2021). Le secteur formel étant constitué de 34 688 entreprises avec une forte concentration dans les villes de Douala (14 371 entreprises) et Yaoundé (12 252 entreprises). Il existe une forte disparité des entreprises par secteur d'activité. En 2018, le secteur tertiaire garde sa domination sur les autres secteurs d'activité car il est constitué de 89,5% d'entreprises. En effet, neuf entreprises sur 10 exercent leur activité principale dans le secteur tertiaire. Les activités se concentrent dans deux branches, notamment le commerce (gros et détail) et l'artisanat (Bâtiments et Travaux Publics, les métiers de l'automobile, etc). Ces deux segments représentent 78,8 % des entreprises du tertiaire. Le secteur secondaire représente environ 10 % des unités avec une domination de la branche construction qui représente 43,3 % du secteur, suivie des branches de fabrication de papier, carton et d'articles en papier ou en carton, imprimerie et reproduction (10,0%) et fabrication des produits à base de céréales (8,3%). Enfin le secteur primaire est le moins prisé puisqu'il n'est constitué que d'1% d'entreprises réparties dans les branches de la sylviculture et exploitation forestière (0,4%), de l'agriculture (0,3%), l'élevage et la chasse (0,2%), la pêche et l'aquaculture (0,0%).

L'on observe également une prédominance des entreprises individuelles et de société à responsabilité limitée, soit 60% et 30% respectivement. Le tissu des entreprises modernes camerounaises est par ailleurs majoritairement constitué de structure ayant maximum 5 employés (81,4%)

#### **1.1.1.2. Statistiques sur le chômage au Cameroun**

Le rapport des indicateurs de développement durable produit par l'Institut National des Statistiques (INS, 2021) indique que le taux de chômage est estimé à 6.1% en 2021. Les femmes sont plus touchées (6,1%) que les hommes (5%). L'INS attribue cette situation à la pandémie de la COVID-19, qui a eu des effets néfastes sur l'emploi, la perte d'emploi ou la cessation d'activité ayant touché à peu près trois ménages sur cinq (54%) en juillet 2021. Dans la même lancée, l'Observatoire national de l'emploi et de la formation professionnelle (Onefop) révèle que 11 270 employés ont été licenciés en raison de la pandémie du Covid-19 qui a provoqué un ralentissement général de l'activité économique dans le pays. Ces pertes d'emplois représentent 14,9% des 75 654 emplois créés dans le pays par les entreprises en 2020.

Au-delà de ces pertes nettes d'emplois, 25 694 employés (34% des emplois créés) ont été mis en chômage technique avec l'avènement de la pandémie à coronavirus et l'on a enregistré 34 661 de perte d'emploi potentiel du fait de l'annulation de certains projets du budget d'investissement public. Aussi, 2 629 annulations des intentions de recrutement ont été constatées, dont 54% venant des entreprises du secteur privé.

Outre la crise sanitaire induite par l'infection à coronavirus, le Cameroun connaît de nombreux bouleversements sur le plan sécuritaire et humanitaire dans les régions de l'Est, de l'Extrême-Nord, du Nord-Ouest et du Sud-Ouest. Dans ces deux dernières régions l'insécurité a également des incidences économiques sur des entreprises et par contrecoup sur les employés. En termes d'emploi, les pertes sont essentiellement celles des entreprises agro industrielles. Dans l'ensemble, près de 8 000 emplois relevant du secteur formel sont menacés en plus des 6 434 emplois déjà perdus sur les sites en arrêt de production des agro industries (Gicam, 2018).

Par ailleurs, le chômage semble croître avec le niveau d'éducation. Les statistiques fournies par l'OIT (2014) font état de ce qu'avec un niveau d'étude de base au Cameroun, les femmes ont un taux de chômage de 3% contre 2% chez les hommes. Cette proportion est de 7% chez les camerounais (des deux sexes) ayant un niveau d'éducation intermédiaire. Enfin, les diplômés de l'enseignement supérieur détiennent le taux de chômage le plus élevé, soit 10% pour les hommes et 13% pour les femmes.

### **1.1.1.3. Efforts de promotion de l'auto-emploi**

L'incitation à l'entrepreneuriat est multimodale, elle inclut la modification des curricula éducationnels, l'accompagnement à la création, le financement des projets et le suivi de ceux-ci.

#### **1.1.1.3.1. Promotion de l'auto-emploi dans le système scolaire**

L'incitation à l'entrepreneuriat porte sur plusieurs sphères. Au niveau de l'éducation, les trois principaux niveaux (base, intermédiaire et supérieure) ont connu des réformes allant dans le sens de l'acquisition de la culture entrepreneuriale aux apprenants. Dans cette optique, la réforme curriculaire de l'enseignement primaire francophone (MINEDUB, 2018) stipule que les élèves devraient acquérir l'esprit d'initiative, de créativité et d'entrepreneuriat. Les mutations liées à l'insertion de l'entrepreneuriat dans les programmes d'enseignement sont plus précises au niveau de l'enseignement secondaire où l'on a observé en 2016 l'institution des cours d'entrepreneuriat pour les élèves en fin de premier cycle dans la filière industrielle des lycées d'enseignement technique au Cameroun (Ntja et al., 2016). L'enseignement supérieur n'est pas en reste car on y observe une dynamique de professionnalisation des enseignements à travers l'adoption du système Licence Master Doctorat (LMD) et conséquemment, l'incitation à l'auto-emploi. L'introduction de l'unité d'enseignement TCE (Techniques de Création des Entreprises) en cycle Master à la faculté des Arts, Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Yaoundé I en est une illustration.

#### **1.1.1.3.2. Promotion de l'auto-emploi dans les structures d'accompagnement**

Depuis plus d'une décennie, les réformes de développement adoptées par le gouvernement camerounais accordent la priorité à la croissance économique (DSCE, 2009). Dans ce nouveau contexte de développement, l'Etat a mis à la disposition des jeunes, de nombreux outils, programmes et projets afin de résorber le taux de chômage et favoriser l'auto-emploi. A l'instar du Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U), du Projet d'insertion socio-économique des jeunes par la création des micro-entreprises de fabrication du matériel sportif (PIFMAS), du Programme d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel (PIAASI) et du Plan Triennal "Spécial Jeunes" (PTS-Jeunes), du Programme d'Aide au Retour et à l'Insertion des Jeunes de la Diaspora (Pari-Jedi), du Plan d'Epargne en Actions des Jeunes (PEA-Jeunes).

Le PAJER-U a été Créé en 2007. Il a été mis en place par le Ministère de la Jeunesse et de l'Education Civique (MINJEC). Son objectif est de combattre efficacement le chômage et

la précarité chez les jeunes. Ainsi, il assiste les jeunes non-scolarisés et déscolarisés en leur offrant un encadrement technique et financier dans le but d'en faire des entrepreneurs.

Le PIFMAS a également été créé en 2007 à l'initiative du MINJEC. En effet, le PIFMAS est un dispositif d'accompagnement pré et post financement des jeunes. Il promeut l'emploi et l'auto-emploi des jeunes en mettant en avant la fabrication et la vente du matériel sportif à l'échelle nationale et internationale.

Le PIAASI a été créé en 2004. C'est une structure gouvernementale rattachée au ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (MINEFOP). Elle a pour mission principale d'assurer l'encadrement des jeunes massivement installés dans le secteur informel et de maximiser en quantité et en qualité les possibilités de création de nouveaux emplois productifs, stables et décents. De manière spécifique, le PIAASI contribue tout d'abord à l'organisation du secteur informel à travers la structuration des acteurs du secteur informel en corps de métier ; le renforcement de leurs capacités organisationnelles et à l'élaboration de la typologie des activités dans chaque circonscription à partir d'un fichier national des acteurs du secteur informel élaboré région constituant ainsi un document de référence pour les pouvoirs publics. Ensuite le PIAASI participe à la formation des jeunes dans différentes filières et renforce leurs capacités techniques et managériales. Enfin, le PIAASI finance les micro-projets grâce à la mise en place d'un fond rotatif de financement des activités du secteur informel au taux d'intérêt de 6%, remboursable en 10 mensualités après un différé de 06 mois. Pour accéder aux prestations PIAASI il faut s'inscrire au projet créneau PIAASI ; élaborer un business plan ou une fiche technique du projet justifiant la viabilité et le l'intérêt du projet ; avoir une caution morale du maire et enfin être en possession d'avaliste.

Le PTS-Jeunes prescrit le 10 février 2016 par le Chef de l'Etat est l'instrument majeur par lequel le gouvernement entend booster l'insertion socio-professionnel des jeunes. L'idée épouse les objectifs de développement durable. De même, le plan vise le renforcement des capacités opérationnelles des programmes et projets gouvernementaux. Il intègre par ailleurs, les projets non gouvernementaux pour atteindre davantage de jeunes et améliorer considérablement la qualité des services. Ce plan concerne les jeunes camerounais résidents au Cameroun et à l'étranger.

Le Pari-Jedi est le Programme d'Aide au Retour et à l'Insertion des Jeunes de la Diaspora. Il a été mis en place le 14 février 2017 et a été paraphé par le ministre de la jeunesse et de l'éducation civique. Le Pari-Jedi est un mécanisme de mobilisation des jeunes camerounais à l'étranger en vue de leur retour et leur insertion économique. C'est aussi un instrument de participation de cette diaspora à la construction nationale. Le programme

s'intéresse davantage aux camerounais de la diaspora porteurs de projets professionnels ou entrepreneuriaux désirant s'installer au pays. Sa gestion est assurée par un comité de pilotage et un département de la prévention des migrations irrégulières. Son rôle consiste à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies visant la fixation sur le territoire national de certaines catégories de jeunes notamment les jeunes exposées ou affectées par l'aventure migratoire.

Le PEA-Jeunes vise à soutenir le développement d'entreprises rentables gérées par les jeunes hommes et femmes dans les filières agro pastorales porteuses pour contribuer au développement d'une agriculture performante, lutter contre la pauvreté rurale et améliorer la sécurité alimentaire. Il consiste concrètement en la fourniture d'appuis financiers et non financiers adéquats pour la création et la gestion d'entreprises agro-pastorales performantes par les jeunes et la promotion du développement d'un cadre politique, organisationnel et institutionnel favorable à la création et au développement des entreprises agropastorales de jeunes.

Dans cette perspective d'encadrement et d'incitation à l'auto-emploi, d'autres partenaires sociaux appuient l'Etat. C'est le cas de certaines ONG tels que le Growth-Oriented Women Enterprises, le Centre Régional d'Appui et de Développement des Initiatives Féminines, le Cameroun Entreprises Développement, etc. Ils offrent des emplois salariés aux jeunes ou les accompagnent à s'installer à leur propre compte ou encore interviennent comme agents d'exécution de projets financés par les bailleurs de fonds. Ils proposent des solutions telles que : l'appui à la jeunesse pour la transformation des économies locales, la facilitation de l'accès au crédit, l'adaptation des services financiers aux besoins de la jeunesse et bien d'autres encore. En clair, ils travaillent à la création des opportunités, des perspectives d'affaires, des partenariats et des échanges de connaissances pratiques sur les modèles, dans le domaine de l'innovation, de l'agrobusiness et du leadership. C'est un travail qui peut aboutir à la réduction de la pauvreté en milieu jeune et à l'autonomisation économique de ceux-ci.

Outre les ONG, les confessions religieuses en plus de leur mission principale d'évangélisation, initient pour leurs fidèles des activités économiques génératrices d'emplois dans divers domaines (centres de santé, écoles et universités). Toutefois, l'Etat demeure le principal encadreur et incitateur à l'auto-emploi comme on peut le voir à travers les résultats des actions de promotion de l'emploi ci-dessous.

#### **1.1.1.4. Quelques résultats des actions de promotion de l'entrepreneuriat**

Les actions de promotion de l'entrepreneuriat portent des fruits dans divers secteurs. Dans l'informel par exemple, le PIAASI en 2015 a permis l'élaboration de 10 fichiers régionaux, la formation de 465 maîtres artisans et de 13 915 acteurs dans divers corps de métiers ; le financement de 12 651 microprojets et la création de plus de 50 000 emplois. Dans le secteur formel en 2018, le PAJER-U/PIFMAS, est parvenu à l'installation de 5000 projets favorisant ainsi la création de 15 000 emplois directs et indirects, 2000 plans d'affaires de jeunes ont été élaborés et pré-incubés ; et plusieurs jeunes sur l'ensemble du territoire national ont reçu une préparation entrepreneuriale (MINJEC, 2018). Au courant de la même année, le PEA-Jeunes a permis l'incubation de 1500 jeunes parmi lesquels 668 ont pu recevoir un financement pour créer leurs entreprises (Eloundou, 2018). Il affiche un taux de réalisation de 53,86% à fin 2020. En effet, à fin 2020, les résultats cumulés font état de 1 993 entreprises établies sur un objectif à terme de 3700 entreprises, soit un taux de réalisation de 53,86%. En plus, 38,78% de ces entreprises sont gérées par les femmes. Par ailleurs, 7 972 emplois ont été créés, soit 53,86%. Tous ces emplois et entreprises sont concentrés dans le développement du secteur agricole et pastoral, notamment dans le secteur aquacole.

Toutefois, les stratégies de promotion de l'entrepreneuriat au Cameroun ne débouchent pas toujours sur des résultats positifs. C'est ainsi que sur les 1450 projets de création de petites entreprises financés par le PIAASI en 2004, 268 n'ont pas été transformés en entreprises viables (Dispositif de Production des Statistiques Courantes sur l'Emploi, 2012). Il en est de même des 9911 projets financés entre 2005 et 2011 parmi lesquels 1479 projets n'ont pas été concrétisés. En 2011, le PAJER-U a également financé et suivi 12 750 projets de création des Très Petites Entreprises (TPE) pour un taux d'abandon égal à 31,10% (DPSCE, 2014).

L'INS (2016) s'est attelé à mener une analyse de la mortalité des entreprises du secteur moderne au Cameroun pendant la période intercensitaire (entre 2009 et 2016) à partir de l'enquête de structure qui constituait l'ossature du tissu économique en 2009. Il apparaît que sur les 6 458 entreprises de départ, 2 316 ont cessé leur activité pendant la période intercensitaire, la quasi-totalité (environ 95 %) ayant arrêté l'activité avant 2014. Ce qui permet de situer le taux global de cessation d'activités à près de 36 % sur la période sous revue. Dans la même lancée, le Centre d'Analyse et de Recherche sur les Politiques Sociales du Cameroun (Camericap) avance que 72,24% des entreprises créées depuis 2010 sont

inexistantes en 2016. En 2017, le Groupement Inter patronal du Cameroun (GICAM) annonce que 72 petites et moyennes entreprises ont retiré leur adhésion entre 2014 et 2016. Cette situation mérite d'être examinée car elle entraîne non seulement des pertes financières pour l'Etat, mais aussi de l'incertitude sur l'avenir des jeunes.

Pour contrecarrer cette situation, l'Etat a adopté plusieurs mesures qui portent essentiellement sur le projet professionnel, le contexte économique et les débouchés commerciaux. Depuis 2007 par exemple, le Ministère de la Recherche Scientifique et de l'Innovation (MINRESI) prime lors des journées scientifiques, le meilleur projet entrepreneurial. Depuis 2016, le ministère de l'enseignement supérieur, le Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat ainsi que l'Agence de la Francophonie, organisent conjointement le Salon d'Orientation Académique et Professionnelle (SOAP) et priment les meilleurs projets de création d'entreprises. Aussi, en plus du Crédit Agricole, l'Etat a créé une Banque des Petites et des Moyennes entreprises pour faciliter l'octroi des financements aux jeunes qui s'engagent dans la carrière entrepreneuriale. Il a également créé des Centres de Formalité de Création d'Entreprises (CFCE) et des Centres d'Incubation entrepreneuriale dans les chefs-lieux de région au Cameroun. Jusqu'ici, ces mesures ne permettent pas encore de réduire considérablement le taux d'échecs rencontré dans la mise en œuvre des projets professionnels. Il semble au contraire que les cas d'abandon augmentent nonobstant l'implémentation et le renforcement des stratégies de promotion de l'emploi autonome (Nguedong, 2020).

### **1.1.2. Constat théorique**

Bien que l'entrepreneuriat ait initialement fait l'objet d'études dans les sciences de gestion, elle a également été appréhendée par les sciences du comportement. La littérature portant sur les caractéristiques personnelles impliquées dans le processus entrepreneurial est abondante, Gorgievski et Stephan (2016) ont identifiés huit grands domaines y relatifs. Le premier domaine porte sur la perspective de carrière avec des travaux abordant des sujets tels que l'intérêt pour les carrières entrepreneuriales (Decker, Calo, Weer, 2012), le capital humain et social (Obschonka, Silbereisen, Schmitt-Rodermund, & Stuetzer, 2011), les intentions entrepreneuriales (Obschonka, Goethner, Silbereisen, & Cantner, 2012), les tendances et capacités entrepreneuriales (Almeida, Ahmetoglu, & Chamorro-Premuzic, 2014) ainsi que la personnalité et motivations entrepreneuriales (Chan, Uy, Chernyshenko, Ho, & Sam, 2015).

Le deuxième domaine a trait aux différences individuelles avec des travaux tels que la compréhension de la relation entre les différences individuelles sous l'angle de l'intelligence émotionnelle et l'esprit d'entreprise (Ahmetoglu, Leutner & Chamorro-Premuzic, 2011), l'intelligence pratique des entrepreneurs (Baum, Bird & Singh, 2011), le rôle de la propension au risque dans la prévision du travail indépendant (Nieß & Biemann, 2014) et le rôle du narcissisme dans la personnalité entrepreneuriale (Mathieu & St-Jean, 2013).

Le troisième domaine mis en exergue dans la revue de Gorgievski et Stephan (2016) est la santé et le bien-être à travers des recherches telles que la perception par les travailleurs de l'influence du travail sur leur santé (Ettner & Grzywacz, 2001), les problèmes financiers et la détresse psychologique chez les propriétaires d'entreprises (Gorgievski, Bakker, Schaufeli, van der Veen, et Giesen, 2010), le rôle modérateur des liens sociaux sur l'affect dépressif et les intentions de retrait des entrepreneurs en réponse au stress économique (Pollack, Vanepps, et Hayes, 2012) et l'étude qualitative du stress chez des personnes travaillant à leur compte dans des entreprises individuelles (Schonfeld & Mazzola, 2015).

Le quatrième domaine mis en avant par Gorgievski et Stephan (2016) est celui de la cognition et du comportement avec divers travaux portant entre autre sur les relations avec l'éducation, la capacité cognitive, les connaissances et le succès des propriétaires de petites entreprises sud-africaines (Unger, Keith, Hilling, Gielnik, et Frese, 2009), l'interaction entre le traitement de l'information et l'acquisition de l'information comme causes d'identification des opportunités commerciales et de l'innovation (Gielnik, Krämer, Kappel, & Frese, 2014), l'intuition et le comportement entrepreneurial (Allinson, Chell, & Hayes, 2000) et l'explication des effets de l'accent natif sur les décisions d'embauche de cadres et d'investissement entrepreneurial (Huang, Frideger, & Pearce, 2013).

Le cinquième domaine est inhérent au leadership entrepreneurial à travers notamment des recherches telles que la propriété psychologique dans les petites entreprises familiales (Bernhard & O'Driscoll, 2011), l'examen contextuel de la performance des nouvelles entreprises : (Hmieleski & Ensley, 2007) et la vision du leadership entrepreneurial dans les organisations à but non lucratif et à but lucratif (Ruvio, Rosenblatt, & HertzLazarowitz (2010).

Le sixième champ présenté par Gorgievski et Stephan (2016) est celui du genre et de l'entrepreneuriat en recensant de multiples travaux à l'instar de celui portant sur les perceptions des femmes et des hommes en tant qu'entrepreneurs (Baron, Markman, & Hirs,

2001) ; les différences entre les genres en entrepreneuriat (Malach-Pines & Schwartz, 2008) et l'examen et le modèle des genres en entrepreneuriat (Sullivan & Meek, 2012).

Le septième domaine de la revue de Gorgievski et Stephan (2016) est relatif aux fondations génétiques et biologiques de l'entrepreneuriat avec des travaux comme la perspective de génétique bivariée de la reconnaissance des opportunités et tendance à l'entrepreneuriat (Nicolaou, Shane, Cherkas, & Spector, 2009) ; la génétique, le Big Five et la tendance à travailler à son compte (Shane, Nicolaou, Cherkas, & Spector, 2010) et un modèle biosocial de l'esprit d'entreprise (White, Thornhill, & Hampson, 2007).

Le huitième domaine présenté par Gorgievski et Stephan (2016) traite du contexte via des travaux tels la relation entre le climat du service et les valeurs du propriétaire dans les petites entreprises (Andrews & Rogelberg, 2001), l'orientation communautaire et efforts d'accumulation de ressources des entrepreneurs en Afrique (Khayesi & George, 2011) ; les entrepreneurs en tant que héros culturels (Malach-Pines, Levy, Utasi, & Hill, 2005) et l'étude du comportement organisationnel dans les entreprises familiales (Sharma, De Massis, & Gagné, 2014).

Le dernier champ recensé par Gorgievski et Stephan (2016) comporte des travaux variés à l'instar de l'étude sur la théorie de l'entreprise (Donaldson & Walsh, 2015) ; les approches psychologiques de l'entrepreneuriat (Michael Frese, Chell, & Klandt, 2000) et la Recherche et pratique de l'entrepreneuriat à travers la psychologie (Hisrich, 2000).

Outre les travaux recensés par Gorgievski et Stephan (2016), il en existe qui mettent un accent sur le porteur de projet. Tel est le cas des études portant sur le construit de volition dont l'implication dans le processus entrepreneurial a largement été documenté. A ce propos, Moussa Mouloungui (2012) révèle que le niveau d'engagement dans l'activité entrepreneuriale augmente sensiblement avec l'âge mais aussi lorsque l'individu possède une motivation autodéterminée et mobilise ses capacités volitionnelles. Moussa Mouloungui (2012) ; Nyock Ilouga et al., (2016) et Nyock Ilouga (2019) postulent que l'ordre de mobilisation des capacités volitives est déterminé par le stade atteint par les individus dans le processus économique de création et innovation. Par ailleurs, il est reconnu à la volition son implication dans la construction du projet entrepreneurial, l'identification et la réalisation d'activités entrepreneuriales (Nguedong, 2020) de même que son effet sur l'intention entrepreneurial (Moussa Mouloungui, 2012 ; Nguedong, 2014, 2020 ; Nguedong et Mvessomba 2020).

D'un autre côté, Ambela Mendo (2020) laisse entendre que l'expression des capacités volitives varie suivant le profil entrepreneurial. Autrement dit, les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité se distinguent en ce qui concerne la mobilisation du construit de volition. Par ailleurs, il est établi que le différentiel observé entre les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité tire sa source des motivations de l'acte entrepreneurial.

Bien que la littérature sur la dynamique personnelle impliquée dans le processus entrepreneurial soit assez fournie, il reste des zones inexplorées à l'exemple du flou existant entre les motivations des entrepreneurs, le profil entrepreneurial et le construit de volition. Une investigation sur les liens entre ces trois variables s'avère nécessaire.

## **1.2. Problème de l'étude**

La réussite entrepreneuriale est liée à la performance économique de l'entreprise (Lebègue, 2015), laquelle résulte de facteurs interdépendants interagissant sur les dimensions individuelle (caractéristiques personnelles de l'entrepreneur), environnementale (caractéristiques du contexte de l'entreprise), processuelle (processus de création) et organisationnelle (caractéristiques du projet) (Gartner, 1985 ; Cooper, 1993). Cependant, Nyock Ilouga (2019) puis Nguedong (2020) observent que les mesures de soutien à l'entrepreneuriat sont trop souvent orientées vers le contexte économique, les opportunités de marché et le projet.

En effet, le recrutement des candidats pour les différents appuis apportés par le Gouvernement est généralement assujéti à une étude de dossier, principalement constitué du business plan et de documents administratifs. Les formations offertes par ces structures d'encadrement sont également basées sur l'acquisition de compétences techniques et/ou administratives requises pour la réalisation du projet. Tout se passe comme si le porteur de projet était un vase vide dépourvu de ressources personnelles susceptibles d'influencer le déroulement du processus entrepreneurial. Paradoxalement, la dimension personnelle n'est indexée que lorsqu'il s'agit d'expliquer l'insuccès observé. A ce propos, les responsables des structures d'accompagnement à l'auto-emploi incriminent des fautes de gestion de la part des porteurs de projets. Ce qui, implicitement, démontre l'importance de la dimension personnelle dans la démarche entrepreneuriale, même si l'emphase reste mise sur les capacités de gestion commerciale.

Cette faille dans le processus de sélection et d'accompagnement des entrepreneurs soulève le problème de l'ignorance des porteurs de projets et la non-prise en compte des facteurs personnels engagés dans le processus entrepreneurial.

De ces observations découlent les questionnements qui orienteront la suite du présent travail.

### **1.3. Questions de l'étude**

Les interrogations à l'origine de cette étude se subdivisent en deux : une question principale et des questions secondaires.

#### **1.3.1 Question principale de l'étude**

La question principale de la présente étude s'énonce comme suit : *la motivation a-t-elle un effet sur la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?*

#### **1.3.2. Questions secondaires de l'étude (Q.S.)**

**QS<sub>1</sub>** : *la motivation au succès professionnel a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?*

**QS<sub>2</sub>** : *la motivation au succès social a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?*

**QS<sub>3</sub>** : *la motivation prosociale a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?*

**QS<sub>4</sub>** : *la motivation à l'innovation a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?*

### **1.4. Hypothèses de l'étude**

Selon Fraisse, Piaget et Reuchlin (1976), la formulation de l'hypothèse est la phase dans laquelle le chercheur imagine la relation qui pourrait exister entre deux faits ; en ce sens, elle est la phase créatrice du raisonnement expérimental. La présente étude repose sur une hypothèse générale dont l'opérationnalisation a conduit à trois hypothèses opérationnelles.

#### **1.4.1. Hypothèse générale de l'étude**

En prenant référence sur les travaux qui traitent des motivations (Batistelli et al., s.d.), du profil entrepreneurial (Reynolds et al., 2001; Hugues 2003 ; Sarasvathy, 2004 ; Caliendo & Kritikos, 2009 ; Giacomini et al., 2010,2016 ; Tessier-Dargent, 2015 ; Tessier-Dargent &

Fayolle, 2016 ; Zoumba, 2018, Ambela Mendo, 2020) et du construit de volition (Moussa-Mouloungui, 2012 ; Nyock Ilouga, 2019 ; Nguedong, 2014, 2020 ; Nguedong et Mvessomba, 2020 ; Ambela Mendo, 2020), nous postulons que *la motivation a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial*. Cette hypothèse générale étant constituée de facteurs latents qui la rendent difficile à tester de prime abord, il a dès lors été procédé à son opérationnalisation ce qui a permis d'obtenir les hypothèses ci-après.

#### **1.4.2. Hypothèses opérationnelles (HO)**

**HO<sub>1</sub>** : *la motivation au succès professionnel a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

**HO<sub>2</sub>** : *la motivation au succès social a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

**HO<sub>3</sub>** : *la motivation prosociale a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

**HO<sub>4</sub>** : *la motivation à l'innovation a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

#### **Objectifs de l'étude**

L'objectif est le but que se propose d'atteindre une action. En d'autres termes, l'objectif est un but que l'on souhaite atteindre. En recherche, l'objectif est conçu comme étant le résultat auquel le chercheur compte parvenir. Ainsi, nous avons dans le cadre de la présente étude deux types d'objectifs : un objectif général et des objectifs spécifiques.

#### **1.4.3. Objectif général**

L'objectif général de cette étude est de *vérifier si la motivation a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial*. L'atteinte de cet objectif général dépendra de celle des objectifs spécifiques issus de son opérationnalisation.

#### **1.4.4. Objectifs spécifiques (OS)**

**OS1** : *premièrement, nous voulons vérifier si la motivation au succès professionnel a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

**OS<sub>2</sub>** : *deuxièmement, nous voulons vérifier si la motivation au succès social a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

**OS<sub>3</sub>** : *troisièmement, nous voulons vérifier si la motivation prosociale a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

**OS<sub>4</sub>** : *quatrièmement, nous voulons vérifier si la motivation à l'innovation a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.*

## **1.5. Intérêt de l'étude**

S'intéresser à l'entrepreneuriat ne signifie pas seulement mettre une emphase sur les questions de financement et de plan d'affaires mais il nécessite également d'accorder une attention particulière au support humain sans quoi il serait difficile voire impossible de réaliser les bénéfices escomptés lors de la création. Ainsi, le présent travail s'inscrit dans cette logique en mettant en avant la dynamique personnelle impliquée dans le processus entrepreneurial au travers des notions de motivation, profil entrepreneurial et construit de volition. A terme, il permettra d'évaluer les candidats à la création d'entreprise afin d'adapter la démarche d'accompagnement à leurs profils motivationnels et ainsi garantir leur succès dans la sphère entrepreneuriale.

## **1.6. Pertinence de l'étude**

L'originalité de cette recherche tient du fait qu'elle met en exergue un aspect jusqu'ici peu exploré dans la littérature scientifique. En effet, les motivations entrepreneuriales ont été abordées dans la littérature (Diop, 2012) de même que le profil entrepreneurial (Reynolds et *al.*, 2001; Hugues 2003 ; Sarasvathy, 2004 ; Caliendo & Kritikos, 2009 ; Giacomini et *al.*, 2010,2016 ; Tessier-Dargent, 2015 ; Tessier-Dargent & Fayolle, 2016 ; Zoumba, 2018, Ambela Mendo, 2020) et le construit de volition (Khul, 1985 ; Golwitzer, 1996, Broonen, 2006, 2007, 2010 ; Moussa-Mouloungui, 2012 ; Nyock et *al.*, 2013 ; Nguedong, 2014,2020 ; Hikkerova et *al.*,2016 ; Nyock Ilouga, 2019, Nguedong et Mvessomba, 2020 ; Ambela Mendo,2020) mais à notre connaissance, il n'existe pas d'études ayant établies un lien entre la motivation, le profil entrepreneurial et la volition d'où la pertinence de ce travail.

## **1.7. Délimitation de l'étude**

Cette étude est circonscrite sur les plans théorique et géographique.

### **1.7.1. Délimitation théorique de l'étude**

Le concept d'entrepreneuriat est transdisciplinaire mais dans ce travail, il est appréhendé sous l'angle de la psychologie du travail et des organisations. Cette étude s'appuie sur les théories de l'autodétermination (Deci & Ryan, 2002), de l'évènement entrepreneurial (Shapero & Sokol, 1982) et du modèle hiérarchique de la volition (Moussa-Mouloungui, 2012).

### **1.7.2. Délimitation géographique**

Dans l'optique d'obtenir des informations relatives aux diverses réalités entrepreneuriales camerounaises et à la faveur de l'utilisation croissante des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la présente étude s'est déroulée sur l'ensemble du territoire camerounais.

### **1.8. Démarche méthodologique**

Nous avons réalisé une étude quantitative dont l'outil de collecte des données était un questionnaire papier auto-rapporté constitué du *Volitional Component Questionnaire* (VCQ-3), de l'échelle des motivations entrepreneuriales et d'un *item* portant sur le profil entrepreneurial du répondant. Par ailleurs, nous avons recouru à un échantillonnage en « *boule de neige* » qui nous a permis de recruter 201 participants. Ces derniers étaient des entrepreneurs en activité exerçant dans la région du Centre (Cameroun). Une fois les données recueillies, elles ont été traitées *via* une analyse de régression simple avec méthodologie de surface de réponse à l'aide du logiciel SPSS 26.

## CHAPITRE 2 : REVUE DE LA LITTÉRATURE

Ce chapitre a pour objectif de faire un état de l'art sur la littérature relative aux variables impliquées dans la présente recherche. Toutefois, pour assurer leur bonne compréhension, le décor sera planté en présentant tout d'abord le concept d'entrepreneuriat qui constitue la base de la présente étude, ensuite une attention sera portée aux concepts de motivation et de profil entrepreneurial, enfin le chapitre s'achèvera avec l'explicitation du construit de volition.

### **2.1 Entrepreneuriat : mythes et réalités**

Cette section est réservée à la recension des écrits sur l'entrepreneuriat voire sur l'entrepreneur. Cela se fera en parcourant ses différentes conceptions majeures dans la littérature. Ainsi, il sera abordé en premier la vision antique de l'entrepreneur, deuxièmement sera présentée l'école de pensée qui consistait à présenter l'entrepreneur par des traits de personnalité bien établis et troisièmement la déconstruction du mythe de l'entrepreneur constituera le dernier volet de cette subdivision.

#### **2.1.1. La vision antique de l'entrepreneur**

La conception classique de l'entrepreneur est celle d'un individu extraordinaire dont l'intelligence et l'habileté permettent de tirer un avantage des activités qu'il mène (Ambela Mendo, 2020). Une meilleure compréhension de cette vision passe par l'explicitation des paradigmes ayant jalonné l'évolution des recherches en entrepreneuriat. Ainsi seront abordés tour à tour les paradigmes de l'opportunité des affaires, de l'innovation, de la création de valeur et de l'émergence organisationnelle.

##### **2.1.1.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaires**

Kizner (1973) est le pionnier de ce mouvement de pensée. Il voit en l'entrepreneur non pas un générateur d'idées nouvelles mais un individu apte à reconnaître les opportunités dans son environnement. Ce paradigme est développé plus tard par Stevenson et Jarillo (1990), Hofer et Bygrave (1991,1992) ainsi que Shane et Venkataraman (2000). Ces auteurs considèrent l'entrepreneuriat comme un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités par des individus compétents. En d'autres termes, l'identification et la concrétisation d'une opportunité ne se font pas de manière fortuite ou

banale, elles nécessitent certaines capacités entrepreneuriales chez l'individu (Fayolle & Fillion, 2006). Lesdites capacités permettent la détection d'une situation propice et la mise en valeur des ressources disponibles afin d'aboutir au résultat souhaité. Ainsi, la reconnaissance d'une occasion d'affaire présuppose d'une part, la détention de connaissances antérieures complémentaires à l'information et d'autre part, la possession de certaines propriétés cognitives pour l'évaluer.

Toutefois, certains chercheurs (Long & McMullan, 1984 ; Sarasvathy & Venkataraman, 2011) considèrent qu'il est possible de créer une opportunité. D'après ces auteurs, l'opportunité n'est pas un objet préexistant attendant d'être découvert. Mais elle est le fruit de l'émanation de l'entrepreneur qui la construit au fil de son parcours (Tessier-Dargent, 2015).

En somme, le paradigme de l'opportunité des affaires met en avant les capacités exceptionnelles des entrepreneurs tant pour ce qui est de la détection que de la création d'opportunités. Pour ce courant, la création ou la reconnaissance et l'exploitation d'une occasion d'affaire, nécessitent des capacités cognitives qui semblent ne pas être à la portée de tous. Ces aptitudes peuvent également conduire les créateurs à mettre sur le marché des produits et/ou des services nouveaux ; dans ce cas l'on parlerait d'innovation entrepreneuriale (Ambela Mendo, 2020).

### **2.1.1.2. Le paradigme de l'innovation**

Schumpeter (1939) est la tête de prou de ce mouvement de pensée. D'après lui, le progrès technique est au cœur de l'économie car après une innovation majeure, l'économie entre dans une phase de croissance créatrice d'emplois, suivie d'une phase de dépression durant laquelle les innovations chassent les entreprises « dépassées » et provoquent une destruction d'emplois qu'il nomme « *destruction créatrice* » (Schumpeter, 1942). Il assimile l'entrepreneur à un créateur de produits, de procédés et de marchés innovants (Tessier-Dargent, 2015). À sa suite, Drucker (1985) considère que l'entreprise a deux fonctions essentielles : le marketing et l'innovation, le reste n'est que dépenses. Julien et Marchesnay (1996) rejoignent ce dernier en affirmant que l'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat. Cette vision met au-devant de la scène Steve Jobs, Bill Gates, et les légendaires garages américains d'HP ou Dell, où naissent les innovations qui bouleversent régulièrement la société de consommation (Tessier-Dargent, 2015). Cette conception,

envisage l'entrepreneur comme un individu pourvu de capacités créatrices, lesquelles aboutissent indéniablement à une création de valeur (Ambela Mendo, 2020).

### **2.1.1.3. Le paradigme de la création de valeur**

Ronstadt (1984) fonde le troisième paradigme accepté en entrepreneuriat : la création de valeur (Verstraete & Fayolle, 2005). Il envisage l'entrepreneuriat comme un processus de création de valeur incrémentale par des individus assumant les risques liés à la production d'un bien ou d'un service. À sa suite, Bruyat (1993) ainsi que Bruyat et Julien (2001) avancent que la création de valeur n'est pas qu'économique (argent), elle peut également être psychologique (réalisation de soi) pour les parties prenantes dans l'organisation et principalement pour l'entrepreneur. Gianfaldoni et al. (2002) ajoutent à la connotation économique de la création de valeur, des dimensions écologique et sociale. Bernard (2008) et Brasseur (2010) quant à eux nous éloigne davantage de la notion première de valeur ajoutée économique, pour ouvrir le champ de la résilience.

Parallèlement, une approche basée sur la captation de valeur nouvelle ou existante s'est développée (Paturel, 2005). Elle correspond à la création *ex nihilo* et à la reprise d'entreprise. Ici, le porteur de projet met en évidence sa capacité, à capter de la valeur nouvelle ou à économiser de la valeur existante (Tessier-Dargent, 2015).

En somme, selon le paradigme de la création de valeur, l'entrepreneuriat est une activité aboutissant à la production d'une plus-value qui peut être d'ordre économique, psychologique, sociale ou écologique. Ce gain prend ses racines au sein d'une organisation.

### **2.1.1.4. Le paradigme de l'émergence organisationnelle**

Le paradigme de l'émergence organisationnelle envisage l'entrepreneuriat comme un processus de création d'entreprise à travers lequel il y'a combinaison de diverses ressources afin d'exploiter efficacement une opportunité (Moussa-Mouloungui, 2012). Ce mouvement de recherche a été fondé par Gartner (1990 ; 1993), puis développé par Thornton (1999), Sharma et Chrisman (1999) puis Hernandez (2001). Ainsi, pour ce courant de pensée, l'entrepreneuriat renvoie à la création d'une organisation nouvelle. Toutefois, la conception actuelle de ce paradigme est celui de Verstraete (2002) pour qui l'émergence organisationnelle est l'ensemble constitué par l'acte d'organiser les produits d'une organisation (projet, équipe et structure, etc.). Ainsi l'entrepreneur est vu comme un stratège

capable d'élaborer une vision entrepreneuriale (Filion, 1997) et un pilote capable de conduire le changement via des actions entrepreneuriales (Moussa-Mouloungui, 2012).

*In fine*, la lecture paradigmatique de l'entrepreneuriat confère au créateur un statut de super-héros car il a la capacité de créer une organisation à partir de l'exploitation d'une opportunité qu'il aura au préalable identifiée (Ambela Mendo, 2020). Ladite exploitation aboutie nécessairement à un résultat extraordinaire s'inscrivant dans une logique novatrice. Par conséquent, une activité entrepreneuriale a pour finalité la création de valeur sur le plan économique, sociale, psychologique ou écologique. De telles aptitudes ne peuvent être présentes chez tous les individus, c'est la raison pour laquelle les chercheurs se sont attelés à répertorier les traits pouvant prédire la réussite entrepreneuriale.

### **2.1.2. Description par les traits**

L'approche par les traits ou l'école « *des grands hommes* » assimile l'entrepreneur à un véritable aventurier qui n'hésite pas à sortir des sentiers battus, pour innover et entraîner les autres hommes à faire autre chose que ce que la raison, la crainte ou l'habitude leur dictent de faire (Tessier-Dargent, 2015). Le profit est la juste rémunération des risques personnels qu'il prend dans cette œuvre de « *destruction créatrice* » (Schumpeter, 1939).

Collins et Moore (1970) ont étudié 150 entrepreneurs. Leurs travaux ont montré qu'ils étaient durs, pragmatiques et mus par le besoin d'indépendance et de réalisation. Pour Reich (1987), les qualités essentielles de l'entrepreneur sont ses capacités en termes de management, de gestion des équipes et de « leadership ». Bird (1992) voit les entrepreneurs comme imprévisibles, sujets à des intuitions, à des activités cérébrales intenses et à des déceptions ; ils sont ingénieux, plein de ressources, malins, opportunistes, créatifs, et sentimentaux. Busenitz et Barney (1997) défendent le fait que les entrepreneurs sont susceptibles d'être trop confiants en eux-mêmes et en l'environnement.

Les définitions de l'entrepreneur sont donc loin d'être cohérentes, même si on peut considérer qu'elles se complètent en se focalisant sur des critères différents mais complémentaires tels que : la confiance en soi, la forte implication et la volonté d'épanouissement dans sa vie professionnelle, les capacités relationnelles, le goût du risque, la volonté d'indépendance, la capacité à prendre des décisions, à percevoir et exploiter des opportunités du marché, désir de créer.

Ainsi, dans les études qui comparent statistiquement les entrepreneurs au reste de la population, ainsi que les entrepreneurs aux managers, on trouve les traits de personnalité suivants comme caractéristiques communes aux entrepreneurs : extraversion, intuition et perception (Myers Briggs, 1962). A ces traits de personnalité, McClelland (1961) suggère d'ajouter le lieu de contrôle interne et le besoin d'accomplissement élevé. La propension à prendre des risques élevés, l'ouverture psychologique élevée, l'optimisme élevé, l'endurance psychologique et physique élevées ont également été pris en considération grâce aux travaux de Goldberg (1990).

Toutefois, l'approche dite « *par les traits* » s'est avérée être une impasse théorique (Gartner, 1985 ; Brockhaus & Horowitz, 1986 ; Low & MacMillan, 1988) en ce qu'elle tente de décrire des individus différents, pour en prédire la réussite, alors que l'entrepreneuriat est un phénomène polymorphe (Tessier-Dargent, 2015). Ce constat invite à un déplacement de perspectives, de la description des individus à l'observation des processus et des situations entrepreneuriales, plus complexes et moins limitatives.

En somme, les premiers discours sur l'entrepreneur le présentaient comme un être doté de compétences exceptionnelles. Mais depuis quelques décennies, cette conception est quelque peu nuancée. Ce changement provient des recherches en entrepreneuriat d'une part et de la crise économique mondiale qui ébranle les nations depuis quelques années d'autre part. Les changements de cap récents dans les travaux de recherche sur l'entrepreneur et l'esprit d'entreprise s'articulent bien avec les problématiques renouvelées de la théorie économique, qu'il s'agisse des analyses de la croissance endogène, des approches en termes de coûts de transaction ou de la théorie de l'agence (Tessier-Dargent, 2015). La mutation paradigmatique dans la sphère économique déteint sur la recherche en entrepreneuriat dans laquelle on a observé des bouleversements analytiques ayant abouti à la déconstruction du mythe de l'entrepreneur.

### **2.1.3 Déconstruction du mythe de l'entrepreneur**

Plusieurs études ont œuvré à la déconstruction de la vision traditionnelle de l'entrepreneur. Elles remettaient en cause les attributs extraordinaires qui étaient reconnus à l'entrepreneur et l'absolu impact économique positif auquel aboutissaient ses actions (Ambela Mendo, 2020). De ce fait, cette section expose tout d'abord les études ayant mis l'entrepreneuriat à l'épreuve de la réalité, ensuite une emphase est mise sur la notion de résilience et enfin le concept d'effectuation clos la section.

### 2.1.3.1. L'entrepreneuriat à l'épreuve de la réalité

En effet, dans les années 70, Kilby (1971) déclare que la recherche de la réussite entrepreneuriale est assimilable à la chasse à l'*Heffalump* car personne n'est encore parvenue à le capturer. Dans la même veine, Hebert et Link (1982) ajoutent que l'entrepreneur tel que peint par les recherches antérieures, reste une figure mythologique tel l'introuvable « *Heffalump* » dans les contes pour enfants. À leur suite, Shane (2008) fait plusieurs révélations. Premièrement, il indique que 70% des entreprises nouvelles disparaissent en dix ans et que le bilan global d'une création d'entreprise est négatif, le plus souvent, pour l'individu car les emplois paient moins, offrent moins d'avantages, et sont plus susceptibles de disparaître que dans une firme établie. Deuxièmement, il avance que deux tiers des entreprises pérennes ne créent pas d'emploi les dix premières années de leur existence. Il termine en avançant que la croissance et la création de valeur restent très concentrées au sein de quelques entreprises particulièrement florissantes, ce qui remet en doute la croissance économique tant reconnue à la création d'entreprise.

Les dénonciations se poursuivent avec les auteurs mettant un accent sur l'échec manifeste des recherches en entrepreneuriat. C'est notamment le cas de Jones et Spicer (2009) qui présentent le manque de consensus et de définition claire de l'entrepreneuriat. La grande diversité des paradigmes, la dépendance aux politiques gouvernementales et à la tendance économique orthodoxe. Selon ces auteurs, l'entrepreneur et l'entrepreneuriat sont des concepts utopiques, dépourvus de tout sens et dont les valeurs morales et sociales sont injustifiées. Ils critiquent le caractère instrumental de la recherche et son manque de recul. Un développement de l'analyse de Jones et Spicer (2009) est fait avec Kenny et Scriver (2012) dans le contexte de la crise économique irlandaise de 2007 à 2010, afin de démontrer comment le gouvernement légitime la pérennité de la logique de marché, et le statu quo politique, en utilisant le mythe de l'entrepreneuriat comme outil de reproduction de la logique libérale.

Les travaux susmentionnés vont dans le sens de ceux d'Armstrong (2005) qui a mis en relief le caractère idéologique et politique des discours sur l'entrepreneuriat. En effet, la création d'emploi est présentée comme un vêtement « *prêt à porter* » dans le cadre de programmes d'inclusion sociale. Dans le contexte français par exemple, Radu et Redien-Collot (2008) soulignent le rôle de la presse dans l'idéalisation de l'entrepreneuriat, car il y est présenté comme un choix professionnel salubre servant à contrecarrer les difficultés engendrées par la mondialisation et le chômage.

Par ailleurs, Tedmanson, Verduyn, Essers et Gartner (2012) rejettent l'usage de la logique entrepreneuriale actuelle, eu égard à la crise économique mondiale dont la sortie n'est possible qu'avec une mutation des modèles et pratiques dont l'inefficience et l'inefficacité ne sont plus à démontrer. Ces chercheurs évoquent les travaux de Caliendo, Smircich et Bourne (2009) pour ouvrir le champ de la réflexion sur ce qu'ils ont nommé : *Critical Entrepreneurship Studies* (CES).

Au demeurant, la conception d'un entrepreneur essentiellement mercantiliste, égoïste et corrompu est quasi saugrenue et abusive (Tessier-Dargent, 2015). Elle a toutefois le mérite d'avoir enclenché le processus de démystification de l'entrepreneur à travers une série de travaux qui mettent en exergue trois limites principales. La première relève du caractère irréal de la description des créateurs d'entreprise qui s'apparente vraisemblablement à une fiction. La deuxième renvoie au manque de cohérence dans la recherche en entrepreneuriat qui peine à proposer une conception consensuelle de son objet d'étude. Enfin, la dernière limite est l'usage de l'entrepreneuriat par les politiques qui la présente comme une solution univoque au problème de chômage qui se pose avec acuité ces derniers temps ; solution miracle qui semble tout de même provisoire au vu de la durée de survie des entreprises qui est estimée à 5 ans (Organisation de Coopération et de Développement Economique – OCDE –, 2017).

Ainsi, la littérature a montré à suffisance les limites des caractéristiques jadis attribuées aux entrepreneurs, mais elle ne s'y est pas limitée. Elle présente outre mesure des recherches qui jettent un regard nouveau sur le phénomène entrepreneurial.

### **2.1.3.2. Traumas, facteurs de création et de réussite entrepreneuriale : la résilience**

Le concept de résilience tire son origine de la physique des matériaux dans laquelle il renvoie à « *la résistance des matériaux soumis à un choc élevé et la capacité pour une structure d'absorber l'énergie cinétique du milieu sans se rompre* » (dictionnaire Robert). Il a été introduit en psychologie par Werner dans les années cinquante lorsqu'elle travaillait sur les enfants d'Haïti. Il désigne l'aptitude à s'adapter ou à rebondir après des événements de vie stressant ou éventuellement traumatisant (Seery, Holman & Silver, 2010) de même que des expériences émotionnelles négatives (Tugade & Fredrickson, 2004 ; Genet & Siemer, 2011). Autrement dit, la résilience traduit la faculté à rebondir en surmontant les chocs de la vie (Lebrasseur, 2009). L'étude de la résilience a eu un écho favorable dans la recherche en entrepreneuriat (Doyle Singh, Pavlovich, 2017). Dans ce champ elle est appréhendée à partir de deux approches (Bernard & Barbosa, 2016). L'une l'assimile à un trait de personnalité et la

définie comme une capacité émotionnelle et cognitive qui permet de s'adapter aux situations à risques ou hautement stressantes. L'autre met en lumière le contexte et définit la résilience comme une réponse à une situation difficile qui offre aux entrepreneurs la flexibilité nécessaire pour se concentrer sur leurs aspirations et triompher dans un champ de forces hostiles (Ayala & Manzano, 2014). Quel que soit l'approche utilisée, la résilience entrepreneuriale désigne l'aptitude à transformer une situation désagréable en une occasion de création de sens symbolique, économique et sociale à travers une création d'entreprise. Ainsi l'influence de la résilience sur l'intention (Shapero, 1975 ; Bullough, Renko & Myatt, 2014 ; Bernard & Barbosa, 2016) et la réussite entrepreneuriale (Markman, Baron & Balkin, 2005 ; Ayala & Manzano, 2014 ; Fisher, Maritz & Lobo, 2016) a été démontrée dans plusieurs travaux.

La notion de résilience entrepreneuriale va dans le sens du concept de déplacement mis en exergue dans la théorie de l'évènement entrepreneuriale de Shapero et Sokol (1982). Mais ce n'est que le versant négatif dudit déplacement qui est convoqué car la création résulte d'un désir de changement d'une situation perçue comme chaotique de la part du potentiel créateur. Par conséquent, l'entrepreneuriat n'est pas toujours le fait de la découverte ou de la création d'une opportunité elle peut également provenir d'une volonté de reconstruction lorsqu'un individu a été fragilisé par un évènement ou une situation.

Outre les motifs de création, les stratégies de mise en œuvre des projets ont également fait l'objet d'investigation. Nous le verrons avec le modèle de l'effectuation qui a eu un retentissement fort dans la recherche en entrepreneuriat.

### **2.1.3.3. L'effectuation : fin de l'entrepreneur super-héros**

L'effectuation est l'un des concepts ayant servi à la cristallisation du caractère réaliste et pragmatique de l'entrepreneuriat et partant de l'entrepreneur. En effet, Sarasvathy (2001) dans sa recherche d'éléments processuels et actionnels propres aux entrepreneurs à succès, a rencontré 27 promoteurs ayant réussi leur création d'entreprise (en fonction de leur cotation en bourse : de 200 millions à 6.5 milliards de dollars). Sa recherche était basée sur un exercice de résolution de problèmes auxquels des entrepreneurs sont habituellement confrontés. Elle examinait leur cheminement, leur processus et leur démarche. Il est ressorti de cette observation que les créateurs d'entreprise connaissant du succès ne s'adonnent pas à la planification stratégique mais utilisent les ressources à leur disposition pour tirer profit de leur activité. Par ailleurs, ils ne poursuivent pas une opportunité d'affaire qu'ils auraient identifiée

dans leur environnement mais font émerger une idée qui évolue en fonction de leurs ressources, expérience, réseau et personnalité. Dès lors, ils essayent de tisser des partenariats et tiennent très peu compte de la concurrence. De plus, ces créateurs pensent en termes de pertes acceptables et non en termes de retour sur investissement attendu. Enfin, ils ne cherchent pas à éviter les surprises mais les exploitent.

Cette théorie met en lumière la démarche sociocognitive de l'entrepreneur au travers d'un processus itératif préconisant l'usage d'une succession de méthodes et mettant en relation toutes les parties prenantes (Silberzahn, 2014). Silberzahn (2014) présente les cinq principes de l'approche *effectuale*. Le premier consiste à démarrer avec les ressources disponibles. Il ne s'agit pas de se fixer initialement des objectifs et de chercher ensuite les moyens pour leur matérialisation, mais de prendre en compte les moyens dont on dispose pour définir ses objectifs. Les moyens évoqués sont de trois types : la personnalité de l'entrepreneur, ses relations et ses connaissances (expertise de base). Le deuxième principe invite à raisonner en termes de perte acceptable. Il s'agit de fixer à l'avance ce qu'on peut accepter de perdre et cela permet d'une certaine façon de contrôler le risque. Ensuite le troisième principe porte sur la conception d'un « *patchwork fou* ». Cette démarche consiste à la recherche de partenariats qui pourront soutenir l'initiative et la porter vers une concrétisation bénéfique ; il n'est pas question de s'attarder à l'analyse de la concurrence. Le quatrième conseil est de tirer profit des surprises. La métaphore de « *la limonade* » est souvent employée pour illustrer ce conseil à travers le dicton « *si on vous donne des citrons, vendez de la limonade* ». Autrement dit, la création d'entreprise est un processus dynamique qui s'adapte au contexte et aux situations auxquelles l'opérateur fait face. À cet effet, il serait possible de changer l'idée initiale à la suite d'une observation fortuite, d'une suggestion d'un client ou d'un accident. Enfin le dernier principe invite à la création d'opportunités.

Le modèle de l'effectuation présente le processus entrepreneurial comme une démarche personnelle et pragmatique qui ne saurait être commune à tous les créateurs. De ce fait, il préconise l'utilisation des ressources à disposition du potentiel créateur pour lancer son business. De plus, les démarches de création et les objectifs y afférents sont dynamiques et peuvent à cet effet, être modifiés en cas de besoin.

En conclusion, la conception unique et sublimée de l'entrepreneuriat qui n'admettait qu'une démarche universelle pour rendre lucrative son activité semble désormais dépassée. Elle a été remplacée par une vision plus nuancée dans laquelle il pourrait avoir autant de

grilles de lectures du phénomène entrepreneurial que de créateurs et assurément de motivations.

## 2.2. Motivation entrepreneuriale

La motivation désigne généralement l'énergie qui pousse et conduit l'action (Olson & Bosserman, 1984). Elle peut être assimilée à une impulsion visant la satisfaction d'un besoin (Maslow, 1954 ; Herzberg, Mausner & Snyderman, 1959 ; Alderfer, 1969 ; McClelland, 1953) ou l'atteinte d'objectifs préfixés (Locke, 1968). Elle renvoie également à une réponse attitudinale face à une situation jugée injuste (Adams, 1963) ou permettant la réalisation d'une attente (Vroom, 1964). Ainsi, elle est définie comme « *une hypothétique force intra-individuelle protéiforme, qui peut avoir des déterminants internes et/ou externes multiples, et qui permet d'expliquer la direction, le déclenchement, la persistance et l'intensité du comportement ou de l'action* » (Fenouillet, 2016, p. 11). Selon Ryan et Deci (2000b), la motivation est un centre de régulation biologique, cognitive et sociale car elle implique le dynamisme, l'orientation, la persévérance ainsi que l'intention. Pour Carsrud et Brannback (2011), « *les motivations peuvent être l'étincelle qui transforme une intention latente en action réelle et donc, le chaînon manquant entre les intentions et l'action.* » (p.12).

La notion de motivation a été appréhendée dans plusieurs domaines parmi lesquels l'entrepreneuriat. La motivation entrepreneuriale renvoie globalement à la motivation pour fonder une entreprise (Hessels et al., 2008). Estay et al. (2011) la définissent comme « *les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise.* » (p.141). Shane, Locke et Collins (2003) en ont une conception plus étendue. En effet, ils considèrent la motivation entrepreneuriale comme la reconnaissance des opportunités d'affaires, du développement des idées d'affaires et de l'exécution ou démarrage de l'entreprise (mobilisation des ressources, design organisationnel de l'entreprise et développement de produit). Restant dans le même sillage, Carsrud et Brannback (2011) ajoutent que les motivations entrepreneuriales sont évolutives, elles peuvent changer au cours du temps pour s'ajuster aux changements de situations. Pour eux, les motivations entrepreneuriales commencent avant la création d'entreprise. Elles accompagnent l'individu dans le processus de création d'entreprise, jusqu'aux activités de démarrage des entreprises naissantes.

Robichaud, McGraw, Cachon & Haq (2013) quant à eux ont une conception tout autre de la motivation entrepreneuriale. Ils la définissent comme les objectifs personnels et

organisationnels que les entrepreneurs cherchent à satisfaire par l'intermédiaire de leur entreprise. Ces objectifs entrepreneuriaux sont censés déterminer le comportement des entrepreneurs et, indirectement, le succès de leur entreprise. Dans leur étude, Robichaud et al., (2013) questionnent les répondants sur leurs motivations entrepreneuriales en recherchant « les raisons qui les incitent à demeurer en affaire ». Naffziger et al. (1994) s'inscrivent dans le même registre en allant au-delà des questions de création et de démarrage d'entreprise en prenant en compte ce qui motive l'entrepreneur à soutenir l'existence d'une entreprise et à demeurer dans l'entrepreneuriat comme choix de carrière. Cette prise de position est justifiée par le fait que « *Le modèle de la motivation entrepreneuriale, ici, décrit le processus par lequel les entrepreneurs décident ou non de se livrer à un comportement entrepreneurial. Le modèle se déplace au-delà de la question du démarrage de l'entreprise pour faire face au processus qui motive un entrepreneur à rester dans l'entrepreneuriat comme choix de carrière.* »<sup>20</sup> (p.31).

### **2.2.1. Ecoles de pensée de la motivation entrepreneuriale**

Les motivations entrepreneuriales ont été appréhendées à partir de deux principales écoles : l'école des traits et l'école des contingences. L'école des traits est l'une des plus anciennes. Elle explique l'engagement en entrepreneuriat à partir des traits de personnalité et fait le distinguo entre les entrepreneurs et les non-entrepreneurs. Ce courant de pensée rappelle l'école des traits mentionnée *supra*. Elle a pour précurseur McClelland (1961). Cette école postule que les entrepreneurs ont en commun un type de personnalité qui justifie la similarité de leurs comportements (Gilad et Levine, 1986).

Cette conception n'est pas partagée par l'école des contingences selon laquelle les traits de personnalités ont tendance à varier suivant la situation et l'environnement externe. Les facteurs contextuels (l'expérience professionnelle, la disponibilité des ressources, les politiques gouvernementales, etc.) détermineraient donc les motivations entrepreneuriales. Drucker (1985) ainsi que Segal et al. (2005) se départissent de cette conception en alléguant qu'il n'y a pas de raison de croire que les facteurs externes motivent particulièrement l'activité entrepreneuriale. Ils peuvent fournir un environnement favorable à l'entrepreneuriat tout comme aux autres perspectives de carrière.

### **2.2.2. Les dimensions/approches de la motivation entrepreneuriale**

Les dimensions de la motivation entrepreneuriale couramment étudiées sont au nombre de sept (Tableau1) : réussite, défi et apprentissage, indépendance et autonomie, sécurité du revenu et réussite financière, reconnaissance et statut, famille et rôles, insatisfaction, motivations communautaires et sociales (Stephan et al., 2015).

**Tableau 1** : Répartition des dimensions de la motivation entrepreneuriale

<b>Dimensions</b>	<b>Auteurs</b>
Réussite, défi et apprentissage	Jayawarna et al. 2011 ; Akehurst et al. 2012 ; Edelman et al. 2010 ; Friedman et al. 2012 ; Giacomini et al. 2011 ; Gorgievski et al. 2011 ; Renko et al. 2012 ; Uddin & Kanti 2013 ; Dej et al. 2012 ; Reynolds & Curtin 2008 ; Benzing et al. 2009)
Indépendance et autonomie	Reynolds & Curtin 2008 ; Uddin & Kanti 2013 ; Renko et al. 2012 ; Jayawarna et al. 2011 ; Giacomini et al. 2011 ; Friedman et al., 2012 ; Fernández-Serrano & Romero 2012 ; Edelman et al., 2010 ; Benzing et al., 2009 ; Akehurst et al., 2012 ; Aziz et al. 2013
Sécurité du revenu et réussite financière	Edelman et al., 2010 ; Benzing & Chu 2009 ; Fernández-Serrano & Romero 2012 ; Friedman et al., 2012 ; Friedman et al. 2012 ; Giacomini et al., 2011 ; Dej et al., 2012 ; Reynolds & Curtin 2008 ; Uddin & Kanti 2013 ; Renko et al. 2012 ; Jayawarna et al. 2011 ; Aziz et al. 2013
Reconnaissance et statut	Akehurst et al., 2012 ; Benzing & Chu 2009 ; Edelman et al., 2010 ; Friedman et al., 2012 ; Giacomini et al., 2011 ; Jayawarna et al., 2011 ; Renko et al., 2012 ; Reynolds & Curtin 2008 ; Aziz et al., 2013
Famille et rôles	Benzing et Chu 2009 ; Edelman et al., 2010 ; Fernández-Serrano & Romero 2012 ; Friedman et al. 2012 ; Jayawarna et al., 2011 ; Dej et al., 2012 ; Uddin & Kanti 2013 ; Aziz et al. 2013.
Insatisfaction	Akehurst et al. 2012 ; Giacomini et al. 2011
Motivations communautaires et sociales	Levie & Hart 2011 ; Estrin, Mickiewicz, et al., 2013, Jayawarna et al., 2011 ; Dej et al. 2012).

Réussite, défi et apprentissage : Cette dimension rend compte d'un désir de développement personnel par le biais de l'esprit d'entreprise. Elle comprend des aspects tels que le fait d'avoir un travail significatif, des responsabilités et apprendre à travers le défi que représente la création ou la gestion d'une entreprise. Elle englobe également des aspects d'épanouissement personnel et la réalisation de la vision personnelle. (Jayawarna et al. 2011 ; Akehurst et al. 2012 ; Edelman et al. 2010 ; Friedman et al. 2012 ; Giacomini et al. 2011 ; Gorgievski et al. 2011 ; Renko et al. 2012 ; Uddin & Kanti 2013 ; Dej et al. 2012 ; Reynolds & Curtin 2008 ; Benzing et al. 2009).

Indépendance et autonomie : Cette dimension met en évidence la capacité à contrôler sa vie professionnelle, son temps et son travail. Elle tient également compte de l'équilibre travail-famille (Reynolds & Curtin 2008 ; Uddin & Kanti 2013 ; Renko et al. 2012 ; Jayawarna et al. 2011 ; Giacomini et al. 2011 ; Friedman et al., 2012 ; Fernández-Serrano & Romero 2012 ; Edelman et al., 2010 ; Benzing et al., 2009 ; Akehurst et al., 2012 ; Aziz et al. 2013).

Sécurité du revenu et réussite financière : Cette dimension saisit l'importance des rendements financiers de l'entrepreneuriat (Edelman et al., 2010 ; Benzing & Chu 2009 ; Fernández-Serrano & Romero 2012 ; Friedman et al., 2012 ; Friedman et al. 2012 ; Giacomini et al., 2011 ; Dej et al., 2012 ; Reynolds & Curtin 2008 ; Uddin & Kanti 2013 ; Renko et al. 2012 ; Jayawarna et al. 2011 ; Aziz et al. 2013).

Reconnaissance et statut : Cette dimension saisit les aspects liés au statut social, tels le désir de recevoir la reconnaissance et le respect de la part de ses proches, de sa famille et de la communauté au sens large pour son travail d'entrepreneur (Akehurst et al., 2012 ; Benzing & Chu 2009 ; Edelman et al., 2010 ; Friedman et al., 2012 ; Giacomini et al., 2011 ; Jayawarna et al., 2011 ; Renko et al., 2012 ; Reynolds & Curtin 2008 ; Aziz et al., 2013).

Famille et rôles : Cette dimension rend compte du désir de poursuivre une tradition familiale ainsi que de suivre l'exemple d'autres modèles de rôle (Benzing et Chu 2009 ; Edelman et al., 2010 ; Fernández-Serrano & Romero 2012 ; Friedman et al. 2012 ; Jayawarna et al., 2011 ; Dej et al., 2012 ; Uddin & Kanti 2013 ; Aziz et al. 2013).

Insatisfaction : Cette dimension décrit la motivation entrepreneuriale de l'insatisfaction par rapport à l'organisation antérieure du travail (Akehurst et al. 2012 ; Giacomini et al. 2011).

Motivations communautaires et sociales : Cette dimension comprend le désir de contribuer à la communauté dans laquelle l'entrepreneur vit, soit par le biais de la philanthropie ou de l'entreprise elle-même c'est-à-dire l'entrepreneuriat social (Levie & Hart 2011 ; Estrin, Mickiewicz, et al., 2013). Il comprend également des aspects tels que l'attention portée à ses employés et le fait d'être une entreprise respectueuse de l'environnement (Jayawarna et al., 2011 ; Dej et al. 2012).

Outre les modalités susmentionnées, il existe divers facteurs communément mis en exergue dans l'étude des motivations entrepreneuriales telle la motivation économique. Certains chercheurs soutiennent d'ailleurs c'est le motif principal de l'entrepreneuriat est la perspective d'un gain financier (Cantillon, 1931 ; Casson, 1982 ; Hebert & Link, 1988 ; Knight, 1921 ; Schumpeter, 193). Bien que plusieurs recherches aillent dans ce sens (Naffziger et al., 1994), les données empiriques ne semblent pas soutenir les motivations économiques comme premier moteur d'engagement en entrepreneuriat (Blocck et al., 2015 ; Woo et al., 1991 ; Yitshaki & Kropp, 2016). Ces résultats pourraient provenir des mutations de l'environnement de travail et l'essor de l'entrepreneuriat qui se désolidarise de plus en plus de la vision monolithique de l'entrepreneur d'autrefois (Gabarret & Vedel, 2015), l'époque est à l'autonomie et à la recherche de sens (Hernandez, 2006). De ce fait, la possibilité de créer son propre emploi et le désir d'autonomie, se placent, souvent, au premier rang des citations de la motivation des créateurs (Verstraete & Saporta, 2006). Cela s'illustre par exemple dans l'étude de Vik et McElwee (2011) sur les agriculteurs entrepreneurs norvégiens, les motivations sociales sont au même niveau d'importance que les motivations économiques. Pour sa part, Hernandez (2006b), explique que dans la société postmoderne, atomisée et individualiste, les individus trouvent de plus en plus dans la création d'entreprise une possibilité de donner du sens à leur vie. Ainsi, parmi les *lifestyle* entrepreneurs, et dans le cas de l'entrepreneuriat social ou familial, il existe, habituellement, une claire orientation non économique de la motivation. Pour les *lifestyle* entrepreneurs, la création d'entreprise est considérée comme une manière d'améliorer leur qualité de vie (Peters et al. 2009). Pour les entrepreneurs sociaux, c'est la recherche d'une amélioration pour la société, d'un gain social (Carsrud & Brannback, 2011). En général, il est considéré que le déclencheur de la motivation, dans ce cas-là, est la constatation d'un besoin qui concerne un groupe social ou professionnel, une communauté ou un territoire (Tounes & Fayolle, 2006). Les « *SeniorPreneurs* » se trouvent parmi les nouvelles catégories d'entrepreneurs. Ils se définissent

comme étant des créateurs de valeurs économiques et sociales. Ainsi, d'après Safraou et al. (2012), leurs motivations se situent notamment dans les plans sociaux et durables.

La tendance non économique apparaît également dans les études sur les chercheurs entrepreneurs (*spin-offs*) (Gabarret & Vedel, 2015). Ici, la connaissance scientifique est la dimension principale de la motivation, suivie de près par le besoin d'accomplissement et le désir d'indépendance (Morales Gualdron et al., 2009). Toutefois, dans tous les cas cités ci-dessus, le choix de création d'entreprise se montre comme une manière de subvenir aux besoins en faisant une activité qui apporte de la satisfaction. Pour les chercheurs entrepreneurs, c'est leur désir de transmission ou d'exploitation des connaissances scientifiques. Pour les entrepreneurs sociaux, c'est leur volonté de contribuer à l'amélioration de l'environnement ou de la société. Finalement, pour les *lifestyle* entrepreneurs, leur satisfaction est atteinte grâce à une meilleure qualité de vie.

En somme, la motivation entrepreneuriale est une notion bisémique qui renvoie aux mobiles de l'engagement en entrepreneuriat ou aux motifs du maintien dans le domaine de l'auto-emploi. Elle a été étudiée par deux principales écoles : l'école des traits qui distingue les traits de personnalité des entrepreneurs du moins des individus ayant un fort potentiel de réussite en entrepreneuriat de ceux n'en n'ayant pas et l'école des contingences et l'école des contingences qui met en avant les circonstances contextuelles comme facteur d'engagement dans l'aventure créatrice. Les premières recherches sur la motivation entrepreneuriale, ont présentées les facteurs économiques comme mobiles premiers de l'engagement en entrepreneuriat mais les données empiriques ont nuancé ces résultats et ont permis d'envisager les motifs non économiques comme cause de l'investissement des individus sur la voie de l'auto-emploi. Toutefois, qu'elle soit économique ou non, la littérature sur la motivation entrepreneuriale considère que la création d'une entreprise peut être choisie ou subie (Gabarret & Vedel, 2015). Ce qui fait écho à l'entrepreneuriat par opportunité et par nécessité et par conséquent au profil entrepreneurial.

### **2.3. Le profil entrepreneurial**

Le concept de profil entrepreneurial vient du consortium *Global Entrepreneurship Monitor* via les travaux de Reynolds et al., (2001). Elle se subdivise en deux principales catégories : l'entrepreneuriat par nécessité et l'entrepreneuriat par opportunité.

L'entrepreneuriat par nécessité fait référence à l'engagement dans une activité entrepreneuriale à la suite d'une contrainte. Le chômage est l'un des facteurs les plus indexés

dans la création d'entreprise par défaut. Viennent ensuite la pression familiale (Giacomin et *al.*, 2007), le licenciement, l'insatisfaction au travail et des antécédents personnelles tels qu'une immigration ou un passé carcéral (Sarasvathy, 2004 ; Hisrich & Brosse, 1986 ; Brockhaus, 1980 ; Cromie & Hayes, 1991 ; Hugues, 2003). Ce profil entrepreneurial résulte d'une motivation extrinsèque car elle n'est pas autonome (Deci & Ryan, 2000) et résulte généralement de déplacements négatifs (Shapero & Sokol, 1982). L'entrepreneuriat par nécessité est la résultante d'une motivation *push* car elle provient d'une énergie qui pousse à la création d'entreprise de façon involontaire (Reynolds et *al.* 2001).

L'entrepreneuriat par opportunité quant à lui renvoie aux facteurs attractifs de l'entrepreneuriat. Il correspond aux déplacements perçus positivement au sens de la théorie de l'évènement entrepreneurial de Sokol et Shapero (1982). Autrement dit c'est l'initiation à la création ou à la croissance d'entreprise par pure conviction personnelle. Les entrepreneurs volontaires sont motivés intrinsèquement car ils tirent du plaisir de ce qu'ils font, à cause d'un désir de recherche de nouveauté et de défis, ou parce qu'ils veulent explorer, apprendre, tester, et être maître de leurs compétences (Ryan et Deci, 2000).

Le tableau ci-après présente les indicateurs de l'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité recensées par Giacomin et *al.* (2016).

**Tableau 2:** indicateurs de l'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité (Giacomin et al. 2016)

Nécessité	Opportunité
⇒ Sortir du chômage	⇒ Gagner un maximum d'argent
⇒ Acquérir du prestige	⇒ Augmenter les revenus
⇒ Être reconnu socialement	⇒ Être autonome
⇒ Répondre aux attentes familiales	⇒ Créer votre propre emploi
⇒ Perpétuer la tradition familiale	⇒ Ne plus avoir de patron
	⇒ Développer de nouveaux produits/services
	⇒ Développer de nouveaux procédés de fabrication

En plus des mobiles permettant de catégoriser les créateurs, les déterminants contextuels semblent également jouer un rôle dans la distinction des profils de nécessité et d'opportunité.

### 2.3.1. Les déterminants démographiques

Les éléments démographiques mis en cause pour expliquer le différentiel entre les entrepreneurs volontaires et les entrepreneurs contraints sont l'âge et le sexe.

L'effet prôné de l'âge sur le profil entrepreneurial ne fait pas l'objet d'un consensus. Il a engendré trois mouvements. Le premier défend l'idée selon laquelle les entrepreneurs par opportunités sont plus âgés que les entrepreneurs par nécessité. Cette tendance est soutenue par les travaux de Reynolds et *al.* (2001) dans le cadre des études du GEM. Ces auteurs montrent que dans les 29 pays dans lesquels ils ont menés leur enquête, les entrepreneurs par opportunité sont en effet plus âgés que les entrepreneurs par nécessité. Cette conclusion est réfutée par les tenants du deuxième mouvement (Robichaud, Lebrasseur & Nagarajan, 2010 ; Bholal & *al.*, 2006; Verheul & *al.*, 2010 ; Van Der Zwan, Thurik, Verheul, & Hessels, 2016 ; Wagner, 2005 ; Block & Sandner, 2009 ; Caliendo & Kritikos, 2009 ; Block & Wagner, 2010 ; Fossen & Büttner, 2013 ; Giacomini et *al.*, 2011) pour qui, les individus poussés à la création sont plus âgés que ceux qui y sont attirés. La troisième orientation nuance les deux premières car elle postule que l'âge n'exerce aucune influence sur le profil entrepreneurial. Cette position est défendue par Bergman et Sternberg (2007).

Le second élément démographique ayant fait l'objet d'études est le genre des créateurs. L'on observe également une duplication du schéma antérieur c'est-à-dire un affrontement de trois positions. La première soutient que les hommes sont davantage des entrepreneurs par nécessité. Cela s'illustre avec l'étude de Giacomini et *al.* (2011) dans le contexte belge qui démontre une relation positive entre le genre masculin et l'entrepreneuriat par nécessité. Le deuxième mouvement postule au contraire la prédominance de la gent masculine en entrepreneuriat par opportunité. Dans cette logique Block et Wagner (2010) de même que Verheul et *al.* (2010) indiquent que les hommes ont plus de chances de devenir des entrepreneurs par opportunité que les femmes. Dans le même sens, des résultats descriptifs indiquent qu'au Burkina Faso, l'entrepreneuriat volontaire est associé aux hommes alors que l'entrepreneuriat subit concerne davantage les femmes (Song-Naba & Toé, 2015, 2016, 2017). La troisième posture indique que le sexe de l'entrepreneur n'a pas d'influence sur son profil entrepreneurial. Cette position est défendue par Reynolds et *al.* (2002) et Robichaud,

Lebrasseur, et Nagarajan (2010) pour qui il n’y a aucune différence en ce qui concerne le genre chez les entrepreneurs par nécessité comme chez les entrepreneurs par opportunité.

En somme, il existe une controverse à propos de l’effet des déterminants démographiques sur les profils entrepreneuriaux. Concernant l’âge par exemple, certains auteurs pensent que les entrepreneurs par opportunité sont plus âgés que les entrepreneurs par nécessité. D’autres chercheurs s’inscrivent totalement en faux contre ce mouvement et démontrent avec leurs études que ce sont les entrepreneurs par nécessité qui sont plus âgés que les entrepreneurs par opportunités. Une troisième orientation plus nuancée démontre quant à elle que l’âge n’a aucun impact sur le profil entrepreneurial. Pour ce qui est du sexe des créateurs, trois mouvements s’affrontent également. Le premier est d’avis que l’entrepreneuriat par nécessité est davantage l’apanage des hommes et la création par opportunité est plus présent chez les femmes. Le deuxième appuie le contraire en postulant que les créateurs volontaires sont en majeure partie des hommes alors que les femmes créent plus involontairement. Le troisième mouvement a une position neutre car il indique que le sexe n’a pas d’effet sur les motivations entrepreneuriales. Le tableau... résume les résultats des études sur les déterminants démographiques des créateurs volontaires et forcés.

**Tableau 3** : Déterminants démographiques des entrepreneurs par nécessité/opportunité

Déterminants démographiques	EN	EO	Auteurs
Âge	↓	↑	Reynolds et <i>al.</i> (2001)
	↑	↓	Robichaud et <i>al.</i> (2010) Bhola et <i>al.</i> (2006) ; Verheul et <i>al.</i> (2010) ; Van Der Zwan et <i>al.</i> , (2016) ; Wagner (2005) ; Block et Sandner, (2009) ; Caliendo et Kritikos (2009) ; Block et Wagner (2010) ; Giacomini et <i>al.</i> , (2010)
	=		Bergman et Sternberg (2007)
Genre	♂	♀	Giacomini et <i>al.</i> (2010) ; Song-Naba et Toé (2015, 2016, 2017)
	♀	♂	Block & Wagner (2010) et Verheul et <i>al.</i> (2010)

	=	Bergman et Sternberg (2007) ;)
--	---	--------------------------------

Notes : EN : entrepreneur par nécessité ; EO : entrepreneur par opportunité ; ↑ : élevé ; ↓ : bas ; = aucun effet ; ♀ : prédominance féminine ; ♂ : prédominance masculine.

### 2.3.2. Capital humain et entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité

Les dimensions du capital humain convoquées dans le présent travail sont le niveau d'étude et l'expérience professionnelle.

En effet, l'impact du niveau d'étude sur la motivation entrepreneuriale a fait l'objet de plusieurs études. Il s'agit de prendre en compte les diplômes que détient un individu lorsqu'il s'engage en entrepreneuriat. Ainsi, quelques auteurs (Bhola & *al.*, 2006 ; Caliendo & Kritikos 2009 ; Fossen & Büttner, 2013 ; Robichaud & *al.*, 2010 ; Stephan, Hart & Drews, 2015) indiquent que les entrepreneurs par nécessité sont moins éduqués que les entrepreneurs par opportunité. D'autres résultats font remarquer que seuls les entrepreneurs par opportunité sont positivement influencés par le niveau d'éducation (Bergmann & Sternberg, 2007). Wagner (2005), Block et Sandner (2009), Block et Wagner (2010), Verheul et *al.* (2010) et Van Der Zwan et *al.*, (2016), ne trouvent aucune différence significative entre les deux types d'entrepreneurs en termes de niveau d'éducation.

Outre l'éducation, l'expérience professionnelle a été prise en compte dans ces recherches. Cette dernière désigne le capital d'expérience accumulée dans le marché du travail antérieurement à l'engagement entrepreneurial de l'individu. Caliendo et Kritikos (2009) tout comme Robichaud et *al.* (2010) expliquent que les entrepreneurs par opportunité disposent d'une expérience professionnelle plus pertinente que les entrepreneurs par nécessité. Giacomini et *al.* (2011) montrent que les entrepreneurs par nécessité qui sont en quête de reconnaissance sociale et les entrepreneurs d'opportunité en quête d'opportunité de marché sont influencés positivement par l'expérience professionnelle. Ils indiquent en plus que les entrepreneurs d'opportunité en matière de recherche de profit sont influencés négativement par l'expérience professionnelle. Pour les autres sous-catégories, Giacomini et *al.* (2011) ne trouvent pas d'effet significatif. Dans le même sens, Wagner (2005) ne trouve pas de différence entre les entrepreneurs motivés par nécessité et les entrepreneurs motivés par opportunité en termes d'expérience professionnelle. Ainsi, comme pour les caractéristiques démographiques, les résultats de l'influence de l'expérience professionnelle sur le profil entrepreneurial sont contradictoires.

Le tableau ci-après présente les différentes tendances des études sur le capital humain des entrepreneurs par nécessité et par opportunité.

**Tableau 4** : Capital humain des entrepreneurs par nécessité/opportunité

Capital humain	EN	EO	Auteurs
Niveau d'étude	↓	↑	Bhola et <i>al.</i> , 2006; Caliendo & Kritikos 2009 ; Fossen & Büttner,2013 ; Robichaud et <i>al.</i> , 2010 ; Stephan, Hart & Drews, 2015 ; Bergman et Sternberg (2007)
	=		Wagner (2005), Block et Sandner (2009), Block et Wagner (2010), Verheul et <i>al.</i> (2010) et Van Der Zwan et <i>al.</i> , (2016)
Expérience professionnelle	↓	↑	Caliendo & Kritikos (2009) et Robichaud et <i>al.</i> (2010)
	Les EN en quête de reconnaissance sociale ↑	Les EO en quête d'opportunité de marché ↑ Les EO en recherche de profit ↓	Giacomin et <i>al.</i> (2010)
	=		Wagner (2005)

Notes : EN : entrepreneur par nécessité ; EO : entrepreneur par opportunité ; ↑ : élevé ; ↓ : bas ; = aucun effet.

Au-delà des mobiles de création, des déterminants démographiques et du capital humain, d'autres facteurs sont pris en compte dans la littérature pour mettre en exergue le différentiel entre les créateurs. Il s'agit notamment des objectifs, des démarches de création et du choix du secteur d'activité.

### 2.3.3. Objectifs et dichotomie nécessité/opportunité

Ce paragraphe vise à présenter le différentiel des profils entrepreneuriaux en s'appuyant sur les objectifs que poursuivent les entrepreneurs. Il s'agit concrètement de montrer quelles

sont les aspirations des entrepreneurs lors de la création de leur structure eu égard de leurs motivations.

La littérature fait état de ce que les entrepreneurs contraints envisagent peu de créer des produits ou services nouveaux. De même qu'ils visent peu ou prou la croissance de leur activité et l'exportation de celle-ci (McMullen, Bagby & Palich, 2008 ; Hessels, Van Gelderen & Thurik, 2008). De plus, ils ont des ambitions très limitées pour ce qui est de la création d'emploi (Hechavarria & Reynolds, 2009 ; Morris & *al.*, 2006). A contrario, leurs collègues volontaires aspirent généralement à mettre sur le marché des produits/services innovants. Ils souhaitent par ailleurs faire croître leur *business* et envisagent souvent l'internationalisation de leur activité (McMullen, Bagby & Palich, 2008 ; Hessels, Van Gelderen & Thurik, 2008). Par ailleurs, les entrepreneurs par opportunité sont animés par un désir de création d'emploi (Hechavarria & Reynolds, 2009 ; Morris *et al.*, 2006). En somme les individus poussés à l'entrepreneuriat n'ont pas d'objectifs professionnels. Ce qui n'est pas le cas de ceux qui ont été attirés par la création d'entreprise. Cela s'illustre avec le tableau ci-après.

**Tableau 5:** Objectifs des entrepreneurs par nécessité et des entrepreneurs par opportunité (Giacomin et al., 2016)

Objectifs	Entrepreneurs par nécessité	Entrepreneurs par opportunité
Croissance	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Innovation	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Exportation	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Création d'emploi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Notes :  : absent ;  : présent ;

#### 2.3.4. Comportements de création d'entreprise et dichotomie nécessité/opportunité

Le processus entrepreneurial est constitué d'étapes allant de la planification à l'évaluation en passant par la création. Ladite création est constituée de six principales activités (Giacomin et *al.*, 2016). Il s'agit notamment de la réalisation de démarches pour obtenir de l'aide juridique ou des conseils ; la conception d'un plan d'affaire ; la réalisation d'une étude de marché ; la mise sur pied d'un plan de développement stratégique ;

l'établissement d'une demande de financement auprès d'un établissement de crédit et la réalisation de démarches auprès d'organismes publics. La mobilisation des porteurs de projet dans la réalisation de ces étapes est fonction de leur appartenance à un profil entrepreneurial (Giacomin et *al.*, 2016). Ce qui revient à dire que les entrepreneurs volontaires ont des attitudes différentes de celles des entrepreneurs contraints durant les démarches inhérentes au démarrage de leur *business*.

Les entrepreneurs par nécessité sont quasi inactifs dans les démarches de création. Ils réalisent les tâches peu complexes et adoptent un comportement non autodéterminé, peu ou pas créatif (Guzman & Santos, 2001). Ces individus font preuve d'un moindre niveau d'engagement personnel. Concernant les formalités de création identifiées par Giacomin et *al.* (2016), les entrepreneurs par nécessité ne semblent pas très enclins à les réaliser. À cet effet, ils effectuent peu de démarches pour obtenir de l'aide juridique ou des conseils. Il est également rare d'observer dans cette catégorie entrepreneuriale la conception d'un plan d'affaire, d'une étude du marché et d'un plan de développement stratégique. L'absence de plan stratégique chez ces porteurs de projet pourrait s'expliquer par le fait qu'ils sont plus préoccupés par leur survie au quotidien que par des projections à long terme. (Block & *al.*, 2015 ; Couteret, 2010). Cependant, il est une procédure sur laquelle ils sont très portés : la demande de financement.

Les entrepreneurs par opportunité s'inscrivent dans une logique totalement différente de celle de leurs confrères. Ils sont très actifs dans les démarches de création, réalisent des tâches difficiles et complexes, adoptent un comportement déterminé et font preuve de beaucoup de créativité (Guzman et Santos, 2001). En d'autres termes, les individus attirés par l'entrepreneuriat durant la phase de création font preuve d'une grande volonté et d'un engagement personnel important afin de mener à bien le lancement de la nouvelle activité et de maximiser ses chances de succès.

L'étude menée par Giacomin et *al.* (2016) sur les activités préalables à la création d'entreprise, reconnaît aux potentiels entrepreneurs volontaires quelques particularités. Premièrement, la réalisation des démarches pour obtenir de l'assistance ou du conseil. Ceci pourrait s'expliquer par le fait qu'en raison d'un niveau de capital humain et social important et donc d'un réseau personnel et/ou professionnel large, ils pourraient obtenir des informations pertinentes permettant de mettre en œuvre une phase de création adéquate. Deuxièmement, la réalisation d'un plan d'affaire dont la justification réside dans le coût important de l'investissement (Verheul & *al.*, 2010 ; Block & Wagner, 2010). Par conséquent,

afin de réduire l'incertitude liée à toute création d'entreprise et de compenser ce coût d'opportunité élevé, un entrepreneur par opportunité doit s'assurer que son projet est suffisamment rentable car la planification minimise l'incertitude liée à l'activité de l'entreprise (Brockhaus *et al.*, 2010 ; Delmar & Shane, 2003 ; Liao & Gartner, 2006) et un plan d'affaire augmente les perspectives de croissance de celle-ci (Burke *et al.* 2010). Troisièmement les nobles entrepreneurs sont susceptibles de réaliser des études de marché sans doute parce qu'ils souhaitent avoir une bonne compréhension de l'environnement de leur entreprise (Arias et Pena, 2010). Quatrièmement, les profils d'opportunité sont très aptes à la réalisation d'un plan de développement stratégique. Cependant, la cinquième activité recensée par Giacomini *et al.* (2016) ne semble pas faire partie des habitudes de cette catégorie entrepreneuriale. Il s'agit de la demande de financement auprès des établissements de crédit. L'explication avancée par ces auteurs est que plus un individu est mû par des motivations d'opportunité, plus il préférera et/ou aura facilement accès à des financements alternatifs, tels que les *business angels*, le capital-risque ou le financement participatif. Ayant un niveau de capital social plus élevé, ils peuvent aussi facilement mobiliser leur réseau personnel pour trouver ces financements.

En somme, il importe de rappeler à la fin de cette section que l'émergence d'une entreprise est conditionnée par la réalisation de démarches telle que la recherche d'aide juridique ou de conseil, la réalisation d'un *business plan*, d'une étude de marché, d'un plan de développement stratégique et enfin une demande de financement du projet. Le déploiement des porteurs de projet dans cette phase indique quelques disparités. Ainsi, il a été constaté que les entrepreneurs par nécessité font preuve d'inertie dans quasiment toutes les activités recensées exception faite de la demande de financement de leurs projets. Les entrepreneurs par opportunités quant à eux sont très vifs dans cette phase, ils font généralement l'inverse de leurs collègues *nécessiteux* c'est-à-dire qu'ils effectuent toutes les démarches ayant trait à la planification de leur activité mais ne sont pas très demandeurs de crédit. Toutefois, il est une formalité sur laquelle la littérature en générale et, Giacomini *et al.* (2016) en particulier, ne se sont pas prononcés : la réalisation de démarches auprès des organismes publics. Le tableau... présente les démarches de création des profils de nécessité et d'opportunité

**Tableau 6** : Démarches de création des Entrepreneurs par nécessité et des entrepreneurs par opportunité

Entrepreneur par Nécessité	Entrepreneur par Opportunité	Auteurs
⇒ Demande de financement.	⇒ Réalisation de démarches pour obtenir de l'aide juridique ou des conseils ⇒ Conception d'un plan d'affaire ⇒ Réalisation d'une étude de marché ⇒ Mise sur pied d'un plan de développement stratégique.	Giacomin et al., 2016

### 2.3.5. Secteur d'activité et dichotomie nécessité/opportunité

Les études dans le domaine de l'entrepreneuriat en général et sur la dichotomie nécessité/opportunité en particulier sont nombreuses. Les aspirations sectorielles de ces profils entrepreneuriaux ont été à l'origine de multiples recherches dont l'économie est présentée dans ce paragraphe en ce qui concerne les entrepreneurs contraints. C'est Reynolds *et al.* (2001) qui, en analysant les activités entrepreneuriales de plusieurs pays dans le cadre du GEM, ont constaté que les entrepreneurs par nécessité préfèrent s'investir dans les secteurs de l'agriculture, de la forêt, de la pêche et de l'*Horeca* (hôtellerie, restauration et cafés). Ces préférences sectorielles sont aussi relevées par Hughes (2006). Pour ce dernier, les entrepreneurs « forcés » sont plus présents dans le secteur du commerce. Caliendo et Kritikos (2009) vont plus loin en précisant que les entrepreneurs contraints sont plus représentés dans le secteur du commerce de détail. Ces constats pourraient s'expliquer par le fait qu'étant donné que les entrepreneurs contraints ont un salaire de réserve (niveau de salaire pour lequel un individu est disposé à travailler) relativement faible, ceux-ci pourraient décider de créer une entreprise dans des secteurs d'activité à faible revenu (Block et Wagner, 2006). En raison du caractère de survie que reflète la création par contrainte, les entrepreneurs inscrits dans cette dynamique se soucient davantage des besoins individuels à court terme que des besoins réels du marché. Cela pourrait dès lors expliquer que l'entrepreneuriat contraint puisse se retrouver, d'une part, dans des secteurs où il n'existe pas de réel déséquilibre entre l'offre et la demande et, d'autre part, où le développement d'une nouvelle activité est relativement aisé

(Giacomin & *al.*, 2016). Cette vision est soutenue par Van Stel, Storey et Thurik (2007). Pour ces auteurs, les entrepreneurs contraints ne développent pas une activité pour répondre à une demande du marché.

À ce niveau, il faut tout de même remarquer que Caliendo et Kritikos (2009), Hughes (2006) et Reynolds et *al.* (2001) ont fait des observations d'un point de vue purement descriptif. C'est l'étude exploratoire de Giacomin et *al.* (2016) qui a permis de poser un lien significatif entre le choix du secteur d'activité et les motivations de création de l'individu. Cette étude confirme que les secteurs de l'*Horeca* et des services sont préférés par les entrepreneurs en raison de leurs motivations de contrainte.

En revanche, les entrepreneurs volontaires semblent être plus présents dans le secteur de l'automobile, des services aux entreprises (Reynolds & *al.* 2001) et dans le secteur de la technologie (Caliendo & Kritikos, 2009). Van Stel, Storey et Thurik (2007) expliquent ces choix par le fait que ces entrepreneurs développent une activité pour répondre aux besoins du marché c'est-à-dire qu'ils investissent dans des secteurs dans lesquelles la demande est supérieure à l'offre. Dans la même veine, Giacomin *et al.* (2016) pensent que le créateur volontaire pourrait choisir, en raison de ses motivations premières, un secteur davantage axé sur la croissance et l'innovation, nécessitant une vision à long terme, dans lequel il existe une demande importante et où la concurrence (présente et future) peut être limitée notamment par les coûts et/ou les conditions d'accès sectoriels. À l'issue de leur étude, ces auteurs ont pu établir que les secteurs de l'industrie manufacturière, de la finance et de la santé sont davantage choisis par des créateurs principalement guidés par des motivations volontaires. Cela peut sans doute s'expliquer par le fait que l'entrée dans ces secteurs est, entre autres, conditionnée par l'existence de barrières liées à l'accès à la profession ou à des capitaux de départ importants.

**Tableau 7:** Secteur de création des entrepreneurs par nécessité et des entrepreneurs par opportunité

Entrepreneur par nécessité	Entrepreneur par opportunité	Auteurs
⇒ Agriculture	⇒ Automobile	Reynolds <i>et al.</i> , (2001) ;
⇒ Forêt	⇒ Services aux entreprises	Hughes, (2006) ; Caliendo et Kritikos (2009) ;
⇒ Pêche		
⇒ <i>Horeca</i>		

---

⇒ Commerce en détails	⇒ Technologie	Giacomin et <i>al.</i> , (2016)
⇒ Commerce		
⇒ Services		

---

## 2.4. Le construit de volition

Le terme volition est apparu au XVII<sup>ème</sup> siècle par le truchement du philosophe John Locke (Broonen, 2010). Il était généralement associé à la motivation car tous deux étaient compris comme des actes de volonté (Moussa-Mouloungui, 2012). Toutefois, leur étude a connu un développement différent. Pendant que la motivation trouvait grâce aux yeux des psychologues, la volition était appréhendée par les recherches en philosophie. Ainsi, durant une période, les études sur la volition sont tombées en léthargie. Sa reviviscence résulte des recherches sur la réalisation volontaire des objectifs. Dans cette perspective plusieurs domaines de la psychologie ont investi l'étude de la volition avec en premier ressort la neuropsychologie dont les résultats ont été utilisés en psychologie expérimentale et ses effluves se sont étendus à la psychologie cognitive.

### 2.4.1. La neuropsychologie de la volition

L'étude de Seghezzi et Haggard (2022) nous apprend que la logique de la neuropsychologie classique affirme l'existence de modules cognitifs spécifiques dans le cerveau humain sur la base des changements de comportement qui se produisent lorsque ce module est endommagé. Ce qui pourrait être à l'origine de troubles neuropsychologiques ayant une base volitive. Ceux-ci sont généralement divisés en deux types : la volition positive d'une part et la volition négative d'autre part.

La volition positive est associée à l'initiation à l'action. En effet, une étude menée par Passingham (1987) sur les singes a permis de distinguer une voie d'action déclenchée par un stimulus axé sur la partie latérale de l'aire 6 de Brodmann et une voie générée de façon interne, axée sur la partie médiane de l'aire 6 de Brodmann et englobant les aires motrices supplémentaires et présupplémentaires. Plus précisément, les lésions de la partie médiane ont altéré les mouvements spontanés (qui avaient été conditionnés par une récompense) sans cible visuelle, mais n'ont pas affecté les réponses conditionnées à des cibles visuelles. Inversement, les lésions de la partie latérale empêchent aux singes d'acquérir une nouvelle association

visuo-motrice, mais ne modifient pas la fréquence des levées de bras spontanées (Passingham, 1987). Ces travaux continuent de figurer dans les récents arguments identifiant le cortex frontal médian comme un substrat clé de la volition (Passingham et al., 2010).

Cependant, la volition négative est associée à l'inhibition de l'action. En effet, Goldberg et al. (1981) ont rapporté deux cas d'infarctus du cortex frontal médian gauche dans lesquels les mouvements volontaires du bras controlatéral semblaient dissociés de la volition consciente. Aussi, Lhermitte (1983) a décrit un patient qui tendait compulsivement les bras et utilisait automatiquement des objets d'une manière instrumentale correcte, mais inappropriée au contexte : un phénomène connu sous le nom de "comportement d'utilisation". Les patients affectés par le comportement d'utilisation ne peuvent s'empêcher d'interagir avec les objets environnants. Par exemple, en réponse à la présence d'un chapeau devant eux, les patients peuvent prendre le chapeau et le mettre, même si le chapeau ne leur appartient pas. Dans la suite de leurs travaux, Sala et al. (1991) ont décrit le "syndrome de la main anarchique" (PAPA) un trouble de la volition dans lequel une lésion unilatérale de l'aire motrice supplémentaire fait que la main controlatérale réagisse automatiquement à des objets externes qui se trouvent dans le champ visuel, même si le patient n'a pas explicitement l'intention d'effectuer l'action en question (Della Sala et al., 1991).

## **2.4.2. Psychologie expérimentale de la volition**

Comprendre la volition est une ambition de longue date pourtant ce n'est que depuis quelques années que les actions volontaires sont devenues un objet d'investigation pour la psychologie expérimentale (Seghezzi et Haggard, 2022) à travers l'opérationnalisation de la volition et sa mesure.

### **2.4.2.1. Opérationnalisation de la volition**

Dans la plupart des études expérimentales, une opérationnalisation découle naturellement d'une définition. Cependant, comme la définition de la volition elle-même n'est pas simple, son opérationnalisation a représenté le premier obstacle pour les chercheurs. Ce problème a été résolu en adoptant des définitions opérationnelles centrées sur une ou plusieurs caractéristiques de la volition.

La vision de la volition en tant que génération interne a posé un défi pour les études expérimentales. Les méthodes classiques d'étude du comportement humain impliquent un stimulus, contrôlé par l'expérimentateur et conçu pour susciter des réponses particulières de la

part du participant. Ces méthodes impliquent clairement des actions déclenchées par un stimulus plutôt que des actions générées de manière interne.

Les expériences sur la volition ont donc tenté de susciter des actions en l'absence de tout stimulus particulier ou de toute raison de le faire. Par exemple, Libet et al. (1983) ont demandé à des participants de fléchir leur poignet droit lorsqu'ils ressentaient pour la première fois "l'envie" de bouger leur main, sans aucun déclencheur externe (Libet et al., 1983). Cependant, cette approche manque de la rigueur d'un contrôle expérimental et ne fournit aucune raison spécifique pour effectuer des actions volontaires.

Une autre vision considère l'action volontaire comme une forme particulière de prise de décision. Les paradigmes expérimentaux dérivent des études standard de prise de décision perceptive, avec une différence cruciale. Dans les études standard sur la prise de décision perceptive, les participants doivent choisir parmi des réponses alternatives sur la base des informations présentes dans le stimulus. Cependant pour qu'une action soit générée en interne, la décision doit être libre de toute orientation externe.

Une action générée en interne est nécessaire pour choisir une réponse au point d'équivalence, lorsque les informations sensorielles sont insuffisantes pour prendre une décision. Au lieu de cela, les agents décident par eux-mêmes en générant de nouvelles informations en interne. Généralement, ces nouvelles informations impliquent le choix d'une action parmi un ensemble d'alternatives de valeur égale (Frith et al., 1991), ou quand exécuter une action spécifique (Lau et al., 2004, Jahanshahi et al, 2015). Puis, les conditions dans lesquelles le participant génère et choisit librement ces paramètres sont comparées à des conditions de contrôle dans lesquelles les mêmes paramètres sont commandés par un stimulus externe ("actions commandées par un stimulus"). Par exemple, dans l'une des premières études de tomographie par émission de positons sur la volition, Deiber (1991) a demandé aux participants de déplacer une manette en entendant un son. Dans la condition de contrôle, la direction dans laquelle il fallait déplacer la manette était spécifiée par une instruction tandis que dans la condition volitive, les participants choisissaient librement la direction du mouvement (Deiber et al., 1991). La comparaison entre les conditions expérimentales et les conditions de contrôle équivaut à un contraste entre les conditions d'action et les conditions d'action dirigées par un stimulus.

La deuxième ligne de pensée dominante dans la psychologie expérimentale de la volition a plutôt mis l'accent sur l'aspect non-automatique et non-habituel de l'action

volontaire. Cette tradition a souligné l'élément de choix et de contrôle décisionnel qui est absent de l'action habituelle. En particulier, elle opérationnalise la volition comme un écart par rapport au flux habituel du comportement humain. La volition agit comme une sorte d'interruption et d'annulation de l'ordonnancement normal de la "contention" (Norman et Shallice, 1986). Les exemples les plus clairs de cette fonction de neutralisation apparaissent lorsqu'une action volontaire interrompt une action habituelle. Cependant, la littérature expérimentale s'est concentrée principalement sur l'inhibition de l'action automatique habituelle plutôt que sur la production de l'action volontaire alternative. Dans de tels paradigmes de "volition négative", la présence de la volition est déduite de l'absence de comportement habituel et la volition n'a souvent aucune conséquence comportementale directe qui lui soit propre (Seghezzi et Haggard, 2022).

Dans d'autres études, l'aspect non automatique, non habituel de l'action volontaire est assimilé à la délibération et la planification. Ensuite, les conditions dans lesquelles le participant planifie à l'avance l'action à venir sont comparées à des conditions dans lesquelles la même action est exécutée "capricieusement", ou "aléatoirement" (Libet et al., 1983 ; Travers et al., 2021). Par exemple, Travers et al. (2021) ont étudié comment l'activité neuronale précédant les mouvements volontaires varie au cours d'un processus où les participants apprennent par essais et erreurs le meilleur moment pour agir. Au début de chaque bloc, agir à un moment aléatoire est hautement fonctionnel, comme la phase d'exploration de l'apprentissage par renforcement. Cependant, par le biais du retour d'erreur, les participants peuvent identifier le moment optimal d'action, et devraient alors planifier et se comporter de manière exploitante.

A l'inverse, relativement peu d'études expérimentales traitent de l'aspect orienté vers un but de la volition, principalement en raison des difficultés associées à l'étude d'une volition significative dans un environnement de recherche. Dans quelques tentatives récentes, des décisions arbitraires - sans but et sans conséquences- ont été comparées à des actions menant à des conséquences spécifiques dans l'environnement externe (voir, par exemple, Vercillo et al., 2018 ; Reznik et al., 2018). Cependant, ces paradigmes ne permettent toujours pas de savoir si le résultat de l'action est considéré comme le but de l'action ou comme un simple événement contingent.

Un quatrième aspect de la volition est lié à la conscience. Cette tradition est double. D'une part, il existe une tradition de "volition consciente" liée à l'expérience de l'action volontaire. Les paradigmes expérimentaux étudient cette expérience en utilisant les méthodes

basées sur l'introspection et la chronométrie mentale. Par exemple, on demande aux participants de se concentrer sur leur "intention " ou " envie " d'agir. Libet et al. (1983) ont demandé aux participants de rapporter le moment où ils ont pour la première fois "l'envie " de bouger leur main. Ensuite, ils ont comparé le moment de l'intention consciente" avec le début de l'activité cérébrale préparatoire qui précède le mouvement de la main. Toutefois, cette recherche a été critiquée pour son manque de rigueur et de contrôle expérimental. Les estimations subjectives des expériences conscientes sont parfois considérées comme peu fiables (Pockett et Miller, 2007).

En outre, ces études ne fournissent généralement aucune raison spécifique pour effectuer des actions volontaires. Néanmoins, cette tradition continue d'attirer l'attention, peut-être parce que ses mesures temporelles sont directement pertinentes pour les questions de "libre arbitre", d'agence et de responsabilité (Frith et Haggard, 2018).

L'aspect conscient de la volition peut également être lié à une tradition expérimentale très différente fondée sur le contrôle cognitif conscient. Cette tradition adopte les paradigmes expérimentaux classiques contrôlés classiques des neurosciences cognitives, et est liée à la neuropsychologie classique de la "fonction exécutive" (Shallice, 1982). Un modèle de recherche typique consiste à comparer des actions réalisées sous contrôle cognitif avec des actions réalisées dans des conditions de contrôle réduit, comme une attention réduite ou divisée (voir, par exemple, Baker et al., 2012). Il est important de noter que les processus de contrôle cognitif avec effort ont beaucoup de points communs avec la volition : ils semblent exiger une décision, ils sont dirigés vers un but (Shenhav et al., 2013) et s'accompagnent généralement d'une expérience consciente. En particulier, les tâches nécessitant un contrôle cognitif substantiel sont caractérisées par une sensation d'effort cognitif, qui est nécessairement à la fois consciente et auto-intimée.

Cependant, ces deux traditions de la volition consciente nous semblent très différentes. La génération d'actions simples s'accompagne d'une expérience consciente mince mais caractéristique qui est liée au mouvement, en particulier aux actions manuelles instrumentales.

Différentes définitions opérationnelles de la volition ont donné lieu à une pléthore de paradigmes expérimentaux hétérogènes. On ne sait toujours pas laquelle de ces opérations, le cas échéant, peut saisir le cœur de la volition.

### 2.4.2.2. Mesurer la volition : Le potentiel de préparation

Un défi important pour une neuroscience cognitive de l'action volontaire vient de l'absence de toute mesure comportementale de la volition. Le schéma cinématique du mouvement lui-même ne permet pas de savoir si une action est générée de façon interne ou déclenchée par un stimulus. On pourrait poser à l'agent une question explicite sur les raisons de son action. Cependant, il est bien connu que l'intuition des gens sur les causes de leurs actions est limitée (Freud, 1899). L'expérimentation peut ne pas être en mesure de confirmer indépendamment toute réponse donnée. Enfin, les questions sur la source de l'action peuvent interférer avec le processus de génération de l'action lui-même.

Les méthodes psychophysiques classiques semblent mal adaptées à la compréhension des processus de génération d'actions. Historiquement, le domaine s'est appuyé sur d'autres approches méthodologiques. L'une d'entre elles consiste à rechercher des biomarqueurs pour la génération interne de l'action. Kornhuber et Deecke (Kornhuber et Deecke, 1965) des enregistrements d'électroencéphalogrammes humains synchronisés avec l'exécution de mouvements. En utilisant cette méthode, ils ont décrit une augmentation graduelle de la négativité qui commence une seconde ou plus avant une action volontaire et qui continue à augmenter jusqu'au début du mouvement auquel moment il y a un changement abrupt de polarité. La morphologie de ce potentiel a conduit Kornhuber et Deecke à l'intuition que cette augmentation de la négativité pourrait représenter la contrepartie neuronale d'une accumulation progressive ou d'une préparation au mouvement et ont justifié le nom de *Bereitschaftspotential* ou "potentiel de préparation".

Le potentiel de préparation n'est normalement pas détectable lorsqu'on observe un seul mouvement volontaire à cause du bruit de fond de l'électroencéphalogramme. Au lieu de cela, il est extrait en faisant la moyenne de plusieurs époques de mouvement, synchronisées avec le moment de l'action elle-même. La littérature scientifique a largement accepté le potentiel de préparation comme une lecture d'un ou plusieurs processus cognitifs distincts liés à la génération volontaire de l'action. En particulier, la validité du potentiel de préparation en tant que biomarqueur de la volition a été assurée par la preuve qu'il peut être observé avant des actions générées de façon interne, mais qu'il est absent avant un mouvement déclenché par des stimuli externes (Praagstra et al., 1995). En outre, les patients présentant des déficits d'action intentionnelle - comme les patients atteints de la maladie de Parkinson - présentent un potentiel de préparation anormal, ce qui permet de valider davantage la mesure (Jahanshahi et al., 1995). Jahanshahi & Hallett (2003) et Shibasaki & Hallett (2006) ont également décrit le

générateur primaire de cette négativité croissante dans l'aire motrice supplémentaires et dans l'aire prémotrice supplémentaire, zones qui ont été associées à plusieurs reprises à l'intention par des études sur les effets de lésions et de maladies du cerveau chez l'homme et d'autres animaux (Della Sala et al., 1991 ; Passingham et al., 2010). Il est intéressant de noter que le potentiel de préparation implique également un déplacement de l'activation vers l'hémisphère controlatéral à la main qui effectuera le mouvement, environ 500-200 ms avant le début du mouvement lui-même (Haggard et Eimer, 1999). Cette composante ultérieure du potentiel de préparation est appelée potentiel de préparation latéralisé et elle est considérée comme le marqueur neuronal du moment où l'information sur la main qui sera utilisée pour effectuer l'action doit avoir été générée.

Les facteurs qui modulent la morphologie du potentiel de préparation peuvent être regroupés en plusieurs dimensions, qui correspondent approximativement aux critères clés de la volition discutés précédemment (c.-à-d., génération interne, non habituelle, dirigée vers un but, consciente).

Génération interne : le potentiel de préparation est plus important lorsque les participants doivent générer intérieurement des informations pour choisir l'action parmi différentes alternatives d'action (Dirnberger et al., 1998 ; Praamstra et al., 1995). A l'inverse, lorsque l'action est influencée par des informations de stimulus externes, le potentiel de préparation est généralement réduit (Segghezi et Haggard, 2022).

Contrôle décisionnel : Libet et al. (1983) ont d'abord examiné l'effet de la préparation du mouvement à venir sur le potentiel de préparation, ils ont constaté un début précoce, souvent 1,5 s ou plus avant l'action et un pic d'amplitude élevé pour les mouvements volontaires associés à la délibération consciente et une planification préalable. Les actions spontanées, sans préparation, et " d'origine capricieuse " étaient au contraire associées à un début plus tardif, généralement entre 500 et 1 000 ms avant l'action, et à une amplitude maximale plus faible.

Sur la base de ces résultats, ils ont proposé l'existence de deux potentiels de préparation distincts. Le potentiel de préparation de type I est sélectivement associé à des actions planifiées à l'avance, tandis que le potentiel de préparation de type II précède typiquement les mouvements spontanés (Libet et al, 1983). Ces résultats suggèrent que plus le processus de génération de l'action est délibéré, interne et pré-planifié, plus le potentiel de préparation est précoce et important.

Orientation vers un but : les actions plus intentionnelles et dirigées vers un but ont des potentiels de préparation plus importantes que les actions qui sont moins clairement dirigées vers un but (Segghezi et Haggard, 2022).

La conscience : cet aspect de la volition correspond à une variable dépendante plutôt qu'indépendante dans les études expérimentales. Un cadre théorique important suggère l'expérience consciente de la volition se produit lorsque l'activité préparatoire, mesurée par exemple par le potentiel de préparation, atteint un niveau seuil (Hallett, 2007 ; Matsushashi & Hallett, 2008 ;Fried et al., 2011). Ce cadre ne se traduit pas directement par la modulation expérimentale du potentiel de préparation.

En résumé, il n'y a pas de propriété unique d'un scénario d'action qui détermine la présence ou non d'un potentiel de préparation. Inversement, plusieurs facteurs modulent l'amplitude du potentiel de préparation. Ces facteurs correspondent en gros aux principales caractéristiques que les neurosciences cognitives associent au concept de volition. Cela confère une validité apparente à la notion de potentiel de préparation en tant que biomarqueur de la volition, et aussi à la définition de la volition en termes d'un ensemble de caractéristiques dont aucune n'est nécessaire, mais dont certaines peuvent être conjointement suffisantes, pour rendre une action volontaire.

Le tableau... résume les caractéristiques clés de la volition *via* son opérationnalisation et son effet sur le potentiel de préparation (Segghezi et Haggard, 2022).

**Tableau 8:** caractéristiques clés de la volition *via* son opérationnalisation et son effet sur le potentiel de préparation (Segghezi et Haggard, 2022)

<b>Caractéristiques clés de la volition</b>	<b>Opérationnalisation</b>	<b>Effet sur le potentiel de préparation</b>
<b>Génération interne</b>	Actions générées en interne <i>vs</i> actions dirigées par un stimulus externe.	L'amplitude du potentiel de préparation est plus grande avant les mouvements librement choisis qu'avant des mouvements fixes, prédéterminés.
<b>Contrôle décisionnel</b>	Actions délibérées <i>vs</i> actions aléatoires.	Les actions pré-planifiées sont associées à une plus grande amplitude du potentiel de préparation que les actions spontanées.
<b>Orientation vers</b>	Actions significatives,	Les actions plus intentionnelles,

<b>un but</b>	dirigées vers un but vs actions sans signification et arbitraires, sans raison d'être.	orientées vers un but, ont des potentiels de préparation plus élevés que les actions moins intentionnelles.
<b>La conscience</b>	Expérience consciente : les actions associées à une expérience consciente sont comparées aux conditions dans lesquelles l'expérience de l'action est réduite ou absente. Contrôle conscient : actions sous contrôle cognitif laborieux vs les actions sous contrôle cognitif réduit.	Expérience consciente : l'expérience consciente de la volition se produit lorsque le potentiel de préparation atteint une certaine valeur seuil. Contrôle conscient : L'amplitude du potentiel de préparation est plus grande lorsque l'agent prête une attention explicite à l'initiation de son action par rapport aux mouvements non surveillés.

#### 2.4.2. Psychologie cognitive de la volition

C'est le psychologue américain James (1890) qui est à l'origine de l'analyse psychologique de la volonté, à travers sa composante volitionnelle, en se fondant sur l'hypothèse selon laquelle, le comportement peut être régulé par les résolutions d'une personne, même si dans certaines situations et à certains moments, elles peuvent être difficiles à formuler. A ces obstacles peuvent s'ajouter les difficultés personnelles qui peuvent rendre difficile l'exécution des activités à réaliser. Ainsi, la volition se rapporte aux événements mentaux ou activités spécifiques par le moyen desquels un individu exerce consciemment et activement son *agentivité* pour diriger volontairement ses pensées et son action (Zhu, 2004). Cette définition revêt trois conceptions.

La première assimile la volition à un acte mental de prise de décision se référant au processus de choix d'un type d'action. Décider d'accomplir un comportement est une "action mentale" momentanée qui se résout en la formation d'une intention d'exécuter ce comportement (Kaufman, 1966 ; McCall, 1987 ; McCann, 1998). Il s'agit en effet d'un acte mental par lequel un individu *agentique* met fin à un processus de délibération et résout son incertitude sur quoi faire en s'engageant dans le cours d'une action déterminée (Zhu, 2004).

La deuxième conception de la volition est celle d'un acte mental d'initiation de l'action volontaire, elle renvoie à certaines théories de l'action qui se proposent de spécifier les conditions qui distinguent les mouvements du corps volontaires de ceux qui sont involontaires. C'est précisément en quoi le concept d'action se distingue de celui de comportement. Alors que le comportement peut simplement advenir sans que nous participions activement à son épiphanie, nous prenons l'initiative de l'action (Broonen, 2006). En d'autres termes, l'action est essentiellement volontaire et pourtant le comportement peut être volontaire ou pas.

Enfin, la troisième acception de la volition est celle d'une activité mentale de contrôle exécutif. Elle participe à la traduction d'une intention en action (Zhu, 2004). Ce passage est conditionné par trois facteurs. Tout d'abord, l'entrepreneur doit être capable de maintenir activement en mémoire de travail ses buts ou son intention, ainsi que l'information liée à l'activité (Moussa Mouloungui, 2012). Ensuite, en cas d'exécution difficile de l'action, il est nécessaire que le créateur dispose d'aptitudes permettant la détection d'erreurs afin de réorienter ses initiatives dans le sens de l'atteinte de l'objectif fixé initialement. Enfin, l'exécution d'actions intentionnelles complexes et/ou nouvelles requiert de la part de l'individu attention et efforts (Kahneman & Tversky, 1996 ; Norman & Shallice, 1986).

L'analyse historique de la volition a permis d'aboutir à une élaboration conceptuelle qui donne une idée précise de son contenu psychologique. Il importe cependant de préciser que dans la réalisation d'une action difficile.

#### **2.4.3.1. Les capacités volitives**

Khul (1985a) a mis sur pieds deux grands groupes de compétences volitives. Les premières portent sur l'individu et concernent l'auto motivation, l'autodétermination, la résistance à l'incertitude et l'initiative. Les deuxièmes sont d'avantage axées sur la concrétisation de l'action et renvoie à l'orientation vers l'action, la concentration et la proactivité. A sa suite, Moussa Mouloungui (2012) propose plutôt trois catégories d'aptitudes volitives à savoir : les capacités impliquées dans la construction d'un projet professionnel, les dimensions liées à l'élaboration d'une démarche entrepreneuriale et les éléments liées à l'exercice d'une activité autonome.

Les capacités associées à la formulation de l'intention d'avenir se réfèrent exclusivement à l'automotivation. Celle-ci renvoie à la capacité à conserver la motivation à un niveau élevé quel que soit le contexte.

Les aptitudes volitives mobilisées au stade de la préparation de l'action sont l'autodétermination, la résistance à l'incertitude et le contrôle de l'action ainsi que l'initiative. L'autodétermination est la capacité à présenter avec assurance ses objectifs et ses ambitions ainsi qu'à savoir comment les mettre en œuvre, ce de façon autonome, avec succès. La résistance à l'incertitude désigne la capacité à réguler son niveau de tension interne afin de se calmer lorsqu'on se sent en proie à des émotions négatives. Le contrôle évalue la capacité à contrôler ses pensées en faisant preuve de discipline et de rigueur, dans le but de protéger l'objectif fixé des distracteurs extérieurs. L'initiative renvoie à la capacité de l'individu à réaliser sans hésitation et de façon énergique ses objectifs ou ambitions.

Les aptitudes impliquées dans la réalisation de l'action sont l'orientation vers l'action, la concentration et la proactivité. La première est la capacité de l'individu à s'engager dans la réalisation de ses objectifs sans hésitation et justifie l'écart entre la planification de l'action et sa réalisation concrète. La seconde est la capacité à ignorer les pensées perturbatrices, les émotions négatives et les impulsions afin de porter toute son attention exclusivement sur l'objectif. La troisième renvoie chez un individu à la vision de son objectif à long terme, l'anticipation du cours des choses, la planification des stratégies et solutions spécifiques, et la prévision des retombées de ses actions.

En définitive, ce chapitre avait pour objectif de recenser les écrits sur l'entrepreneuriat, les profils entrepreneuriaux et le construit de volition. Il est temps de présenter les modèles théoriques qui serviront de support à la présente étude.

## **2.5. Motivation et volition**

La motivation et la volition sont des sujets de discussion depuis plus d'un siècle pour les théoriciens de la psychologie de la motivation (Andrews, 2021). En effet, certains auteurs questionnent la pertinence d'étudier deux concepts dont les frontières semblent quasi-inexistantes. C'est notamment le cas de Pintrich (2000) qui souligne qu'il n'y a pas de différence entre motivation et volition. Pourtant, Les concepts théoriques de motivation et de volition font référence à deux états de motivation connexes mais très distincts. Le premier concerne le processus motivationnel qui consiste à prendre une décision en faveur d'un objectif particulier et contre d'autres objectifs. Le second concerne les processus volitifs de maintien et de renforcement de l'engagement envers un objectif qui a été décidé de mettre en œuvre (Heckhausen, 2007).

Heckhausen et Gollwitzer (1987) présentent une nette distinction entre les notions de motivation et de volition à travers la métaphore de la traversée du Rubicon. L'histoire de la Rome antique nous enseigne que Jules César, capitaine de l'armée de Rome, avait l'ambition de prendre le pouvoir à Pompée. Pour cela il devrait enfreindre l'interdiction donnée à tout capitaine de l'armée de traverser le Rubicon (frontière entre Cisalpine et Rome) pour atteindre Rome et y faire la guerre à Pompée. Partagé entre d'une part les exigences du Sénat de démissionner de son poste de capitaine de l'armée au risque d'être déclaré ennemi de l'empereur et d'autre part son désir de pouvoir, César choisit de transgresser la loi. Il franchit le Rubicon et fit la guerre à Pompée.

Aujourd'hui, la traversée du Rubicon représente l'engagement, la différence entre vouloir et pouvoir. L'individu commence à « *franchir le Rubicon* » lorsque, partant de la rive motivationnelle, il transforme sa motivation en une intention ferme d'agir qui l'amène sur la rive volitionnelle où il peut commencer la poursuite de l'objectif (Broonen, 2006). A travers cette métaphore, Heckhausen et Gollwitzer (1987) décrivent le processus qui va de la motivation à la volition à travers la prise de décision. La prise de décision constitue un moment psychologique qui met fin à l'état mental de nature motivationnelle et lance plus ou moins consciemment la personne dans un état mental volitionnel dit d'exécution. Plus précisément il s'agit de s'engager dans une action sans possibilité de retour. Pour franchir le Rubicon il faut aller au-delà de la motivation, transformer sa motivation et donc être dans un état d'esprit volitif pour accomplir son désir (Moussa Mouloungui, 2012). Selon Gollwitzer (1993), le modèle des phases de l'action fournit un processus temporel qui commence par l'éveil d'un désir et se poursuit à travers l'évaluation du niveau de réalisation de l'objectif. Cette évaluation intègre, non seulement, le péril associé à l'inaction, mais aussi et surtout la gloire potentielle que l'action pourrait engendrer (Nyock Ilouga, 2019).

La distinction entre motivation et volition est appréhendée dans la perspective de l'action (Achtziger et Gollwitzer, 2018). Aux différents stades des actions, les états de motivation et de volition diffèrent et affectent distinctement la progression et la fin de l'action. Dans le contexte entrepreneurial, une proposition mentale pour atteindre un objectif crée l'intention. La motivation pousse ensuite la proposition à l'action grâce à l'énergie nécessaire. Cela se fait en réponse aux demandes externes de l'entreprise. En un sens, la motivation a tendance à être situationnelle (Asnate & Affum-Osei, 2019). Lorsqu'un entrepreneur anticipe une proposition d'atteinte d'un objectif au cours d'un long voyage d'aventure, la proposition doit être délibérée consciemment et contrôlée prudemment pour passer à l'action. En tant que

tel, la volition d'un entrepreneur joue un rôle dans la régulation des effets liés au temps (Goschke, 2013). Dans une période gérable de quelques semaines, voire de quelques mois, un entrepreneur peut se concentrer sur les objectifs à atteindre et maintenir ses efforts même face à la fatigue ou à des périodes de résistance. La volition entrepreneuriale soutiendrait ainsi son attention, résisterait aux perturbations et détractions, et maintiendrait un état d'esprit actionnel cognitif pleinement énergisé (Gollwitzer et Brandstatter, 1997). La volition entrepreneuriale a donc une signification implicite de retenue.

En résumé, la distinction entre motivation et volition pourrait s'exprimer en termes de niveau. Pendant que la motivation amène les individus à se fixer des objectifs et à enclencher leur processus de concrétisation, la volition les conduit à poursuivre le cours de l'action qu'ils cherchent à atteindre tout en la protégeant des distracteurs. Ce, à condition que le comportement soit volontaire et difficile à réaliser (Moussa Mouloungui, 2012). En somme, motivation et volition sont des réalités d'une même facette, en cela, elles ne sont ni synonymes, ni antonymes mais constituent un continuum.

En somme, ce chapitre avait pour objectif de recenser les écrits portant sur les variables impliquées dans la cette étude, il est temps de présenter les modèles théoriques qui nous serviront de support.

## CHAPITRE 3 : MODÈLES THÉORIQUES DE RÉFÉRENCE

Ce chapitre a pour objectif de présenter les modèles théoriques de référence utilisés dans cette recherche. Pour ce faire, la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) a été convoquée en premier car elle met en lumière les principaux évènements marquant l'engagement en entrepreneuriat chez un individu. Ensuite, il s'est avéré nécessaire de convoquer la théorie de l'autodétermination (Deci & Ryan, 2002) afin de pouvoir comprendre la notion de motivation. Enfin, le développement conceptuel de la volition s'est fait grâce aux théories de l'action (contrôle de l'action et modèle des phases de l'action) et au modèle hiérarchique de la volition (Moussa Mouloungui, 2012).

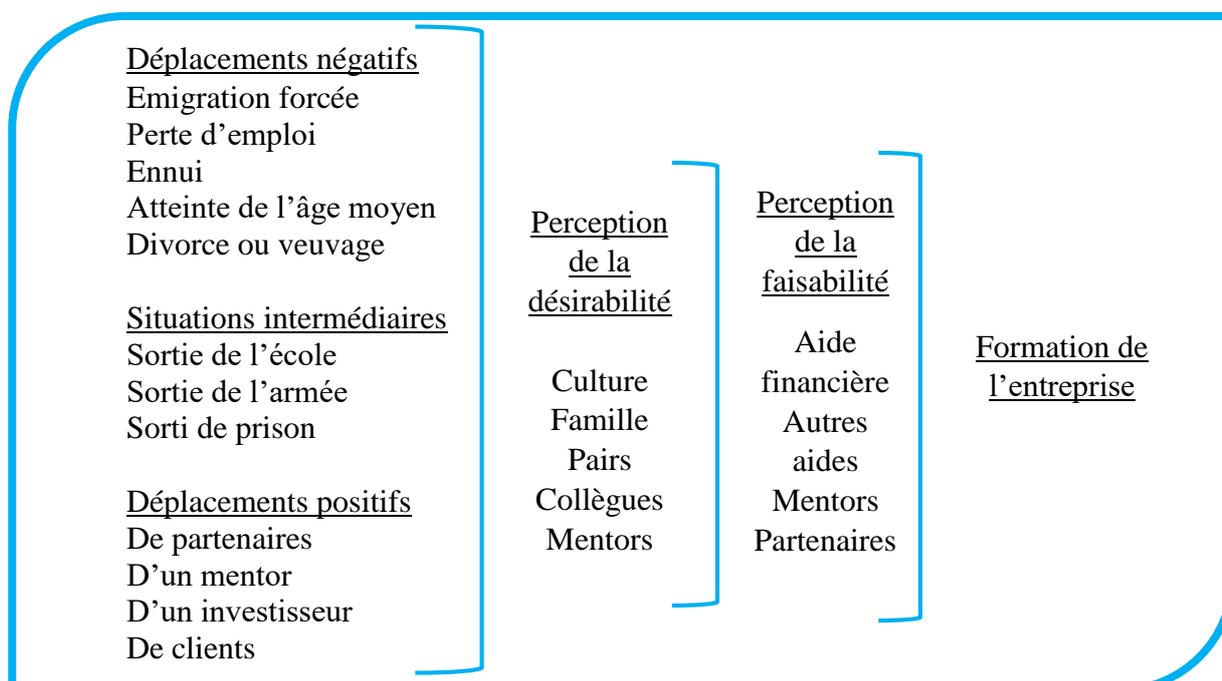
### **3.1. Le modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)**

Ce modèle est un point de référence dans les recherches en entrepreneuriat (Begley et *al.*, 1997), il a pour objectif d'expliquer l'émergence de l'évènement entrepreneurial. Selon Shapero et Sokol (1982), les individus s'engagent dans l'aventure créatrice parce qu'ils ont subi des *déplacements* dans leur vie. Un déplacement est un évènement qui modifie la trajectoire de vie d'un individu et qui sert de catalyseur au déclenchement de l'évènement entrepreneurial. Ces évènements peuvent être de trois types : positifs, négatifs ou situations intermédiaires.

Les déplacements négatifs sont les plus fréquents (Shapero, 1975). Ils sont qualifiés de négatifs parce qu'ils sont perçus comme néfastes. Ils sont généralement imposés par l'environnement externe et échappent au contrôle de l'individu. Ils font référence à des évènements perturbant la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel. Il peut s'agir d'un licenciement, d'un divorce, du chômage, de l'échec scolaire, de l'insatisfaction au travail, etc. Les déplacements positifs, quant à eux, sont perçus comme des atouts. Ils peuvent résulter de l'influence de la famille, de l'existence d'un marché, de clients ou d'investisseurs potentiels. Ils sont occasionnés par des stimuli positifs à la création d'entreprise comme l'obtention d'un héritage, la découverte d'une opportunité d'affaire, etc. Enfin, les situations intermédiaires

font références aux événements entraînant des changements dans la trajectoire de vie d'une personne. Elles marquent la rupture d'une étape de vie de l'individu (obtention du diplôme, départ à la retraite, sortie de l'armée, de prison, etc.) et le place par conséquent entre deux situations. Elles se différencient des déplacements négatifs en ce qu'elles sont prévisibles (Bourguiba, 2007).

A l'interface des déplacements positifs, négatifs et des situations intermédiaires, Shapero et Sokol (1982) identifient deux autres variables explicatives de l'évènement entrepreneurial. Il s'agit des perceptions de désirabilité et de faisabilité. Les premières font référence à l'attrait perçu pour la création d'entreprise. Elles émanent du système de valeurs de l'individu. Ledit système se construit sur la base de l'influence des croyances, des principes, des peurs et des facteurs culturels et sociaux ; mais également par la présence de modèles entrepreneuriaux dans l'entourage de l'entrepreneur potentiel (Audet, 2004). Le système de valeur se traduit à titre d'exemple par les valeurs personnelles et professionnelles véhiculées et valorisées. Les secondes (perception de faisabilité) résultent de la perception de la présence du soutien et de la disponibilité des ressources financières, techniques et humaines nécessaires à la réussite du projet de création d'entreprise. Elles dépendent également de la confiance que possède l'entrepreneur en ses propres compétences et à sa capacité de mener à bien les tâches nécessaires pour le bon déroulement du processus entrepreneurial. Ces perceptions peuvent être influencées par de multiples facteurs parmi lesquels la presse spécialisée, l'aide du conjoint ou d'amis proches, les conseils et la formation à la création d'entreprise (Tounés, 2003). La figure ci-dessous, modélise la formation de l'évènement entrepreneurial.



**Figure 1:** formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)

### 3.2 La théorie de l'autodétermination de Deci et Ryan (2002)

Les prémices de la théorie de l'autodétermination (TAD) remontent aux années 1970 et ses premières conceptualisations au milieu des années 1980 (Deci & Ryan, 1985). Les travaux sur la TAD ont connu un développement exponentiel dans les années 2000 et les cinq sous-théorie qui la constituent ont contribué à son élévation au rang de macro-théorie de la motivation et de la personnalité (Ryan & Deci, 2010).

La première sous-théorie est nommée théorie de l'évaluation cognitive. Elle décrit les effets des certains éléments du contexte social (récompenses, feed-back) sur la motivation intrinsèque *via* le sentiment d'autonomie ou de compétence qu'ils génèrent.

La deuxième sous-théorie est la théorie de l'intégration organismique qui se focalise sur les différents types de motivation extrinsèque et sur les processus d'intériorisation conduisant à une motivation autodéterminée. La troisième sous-théorie est celle des besoins psychologiques qui met un accent sur les besoins psychologiques fondamentaux d'autonomie, de compétence et de proximité sociale, considérés comme la base de toute motivation autodéterminée et la source du bien-être. La quatrième sous-théorie est la théorie des orientations de causalité qui souligne les différences de personnalité dans les orientations motivationnelles. Enfin la cinquième sous-théorie est la théorie du contenu des buts, elle met une emphase sur les buts ou aspirations (intrinsèques versus extrinsèques) dont l'impact sur la motivation et le bien-être de l'individu est singulier.

La TAD postule que l'humain, d'une façon innée, tend à satisfaire trois besoins psychologiques fondamentaux, à savoir le besoin d'autonomie, le besoin de compétence et le besoin d'affiliation (Deci & Ryan, 2000, 2002). L'autonomie renvoie au fait de se sentir à l'origine ou à la source de ses actions (DeCharms, 1968 ; Deci & Ryan, 1985). La compétence se réfère à un sentiment d'efficacité sur son environnement (Deci, 1975 ; White, 1959), ce qui stimule la curiosité, le goût d'explorer et de relever des défis. À elle seule, l'efficacité ne suffit pas à susciter le sentiment de compétence; elle doit se jumeler au sentiment de prise en charge personnelle (Laguardia & Ryan, 2000). Enfin, le besoin d'affiliation implique le sentiment d'être relié à des personnes qui sont importantes pour soi (Baumeister & Leary,

1995 ; Ryan, 1993). Ressentir une attention délicate et sympathique confirme alors qu'on est quelqu'un de signifiant pour d'autres personnes et objet de sollicitude de leur part (Reis, 1994).

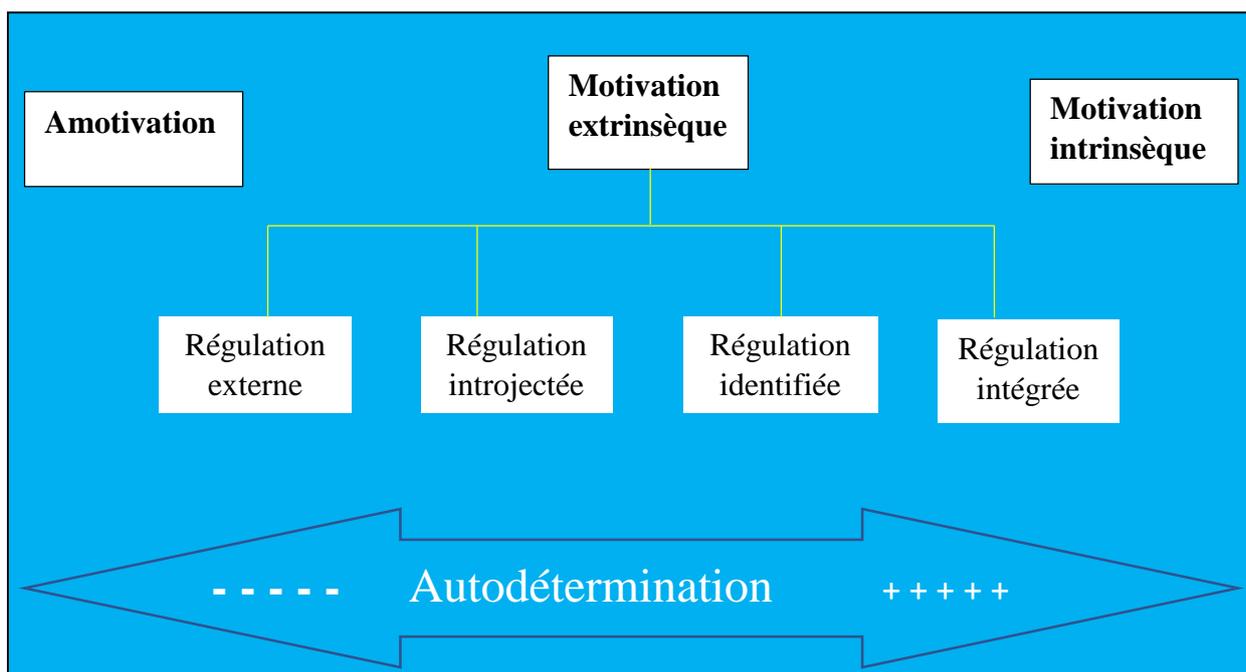
Outre les besoins psychologiques, Deci et Ryan ont conceptualisé le continuum de l'autodétermination (figure ci-après) qui comprend trois types de motivation : l'amotivation, la motivation extrinsèque et de la motivation intrinsèque

L'amotivation traduit un manque complet d'autodétermination à l'égard d'un comportement donné. C'est un état dans lequel un individu n'a aucune volonté d'agir. Elle se produit quand une personne n'accorde pas de valeur à un résultat ou à un comportement, quand elle ne croit pas qu'un résultat valorisé puisse être obtenu avec certitude en adoptant des comportements spécifiques, ou encore, quand elle pense que des comportements pourraient lui permettre d'atteindre des résultats souhaitables, mais qu'elle ne se sent pas compétente pour les réaliser (Deci et Ryan, 2000).

La motivation extrinsèque correspond à tout engagement dans une activité dans le but d'atteindre un résultat quelconque qui lui est associé. On parle parfois de motivation « instrumentale », pour signifier que l'activité ou l'objet qui motive n'est qu'un moyen, ou un instrument, pour atteindre autre chose. Sarrazin, Pelletier, Deci et Ryan (2011) dans leur étude sur les apports de la TAD présentent les 4 types de motivation extrinsèque. La première est dénommée régulation externe. Elle est la forme la moins autodéterminée de motivation extrinsèque. Elle correspond à la recherche de récompense ou à l'évitement de punition. Il s'agit d'une forme contrôlée ou contrainte de motivation, dans la mesure où le lieu perçu de causalité est extérieur à l'individu. Ce type de motivation ne permet pas un maintien durable du comportement dès que les contingences ne sont plus présentes (Deci & Ryan, 1985b). La deuxième forme de motivation extrinsèque est la régulation introjectée. Elle correspond à un premier niveau d'assimilation d'une contingence externe ou d'une demande sociale quelconque. Dans la plupart des cas, les comportements sont accomplis soit pour éviter un sentiment de culpabilité ou de honte, soit pour valoriser son ego. Cette régulation n'étant que partiellement introjectée, les comportements qui en résultent ne sont pas autodéterminés et restent relativement instable (Deci et Ryan, 2000). Le troisième type de motivation extrinsèque est la régulation identifiée. L'individu comprend à présent que les facteurs externes qui régissent son comportement peuvent avoir des conséquences importantes pour lui et il accepte alors de les faire siens. Dans la mesure où le comportement est davantage accepté par l'individu et émane de lui-même, il devrait mieux se maintenir dans le temps et être

associé à un engagement et une performance plus élevée. Enfin le dernier type de motivation extrinsèque est la régulation intégrée. Elle implique non seulement une identification de l'importance du comportement mais également une intégration au système de valeurs et à l'identité même de l'individu. La régulation du comportement est pleinement acceptée par l'individu car ce dernier est en totale harmonie avec ses valeurs, priorités et manière de se définir. S'agissant de la forme la plus autodéterminée de motivation extrinsèque, elle est associée à des expériences plus positives et à un maintien durable du comportement (Deci et Ryan, 2000).

Le continuum de l'autodétermination s'achève avec la motivation intrinsèque. Elle renvoie à la réalisation d'une activité par un individu pour la satisfaction qu'elle procure en elle-même, et non pour une conséquence quelconque qui en découlerait. L'engagement est spontané, nourri par l'intérêt, la curiosité, ou le défi que véhicule l'activité. Autrement dit c'est l'implication librement consentie dans une activité jugée intéressante ou excitante, parce qu'elle éveille un sentiment de curiosité ou de défi (Sarrazin et *al*, 2011).



**Figure 2:** continuum de l'autodétermination (Deci et Ryan, 2000)

En somme, les processus motivationnels rendent compte de la décision d'agir mais n'expliquent pas assez comment l'individu protège son intention contre les distracteurs potentiels et met en place des actions permettant de l'exécuter. C'est à ce stade que le

construit de volition trouve toute son importance, en particulier pour les activités telles que la création d'entreprise dans lesquelles l'écart entre la formulation de l'objectif et sa réalisation nécessite un travail de longue haleine.

### **3.3. Les théories de l'action**

#### **3.3.1. La théorie du contrôle de l'action**

Kuhl (1984) a conçu les grands axes de la théorie du contrôle de l'action. Celle-ci a été élaborée pour présenter les mécanismes qui facilitent et/ou inhibent la formation des intentions. L'expression « *contrôle de l'action* » renvoie aux mécanismes d'autorégulation qui guident l'initiation et le maintien d'une intention (Van Hooft, Born, Taris, Van der Flier, et Blonk, 2005). Cette théorie suppose qu'outre les facteurs de motivation, il existe une seconde catégorie de facteurs non-motivationnels qui peut provoquer une défaillance d'émission de l'action intentionnée. L'hypothèse fondamentale de Kuhl (1984) est que la cause première du phénomène de sentiment d'impuissance acquise est un déficit fonctionnel plutôt qu'un type particulier de contenu cognitif. Concrètement, il s'agit de distinguer les processus prédécisionnels, qui sont motivationnels, des processus postdécisionnels qui sont volitionnels et servent de médiateurs fonctionnels entre les actions et les buts vers lesquels elles tendent. Ces processus ont une fonction de renforcement du maintien des intentions et de la mise à exécution des actions intentionnelles (Kuhl, 1985c).

Le postulat de cette théorie est que le comportement motivé est organisé en deux phases distinctes : la phase de choix d'un objectif et la phase d'exécution des comportements permettant d'atteindre cet objectif.

La phase de choix d'un objectif est constituée des processus cognitifs d'évaluation (avantage – désavantage) d'un but et du niveau d'implication requis. La théorie de l'attente-valeur (Atkinson et Feather, 1966) et la TAR (Ajzen et Fishbein, 1980 ; Fishbein et Armstrong, 1975) sont des exemples des théories qui mettent un accent particulier sur cette phase. Des variables telles que les croyances de contrôle, la perception de l'efficacité personnelle, les croyances normatives et les croyances comportementales jouent un rôle déterminant dans le choix d'un but ou d'une intention comportementale et sont positivement associées à des facteurs psychologiques qui conduisent au but (Bandura, 1991 ; Deci & Ryan, 1985 ; Dweck & Leggett, 1988 ; Weiner, 1985).

La phase d'exécution des comportements est constituée d'étapes d'engagement dans la poursuite d'une intention précise. Ces étapes sont sous la dépendance des mécanismes de contrôle volitionnel. De plus, pour Kuhl (2000a), ce n'est pas le sentiment d'efficacité ni la motivation qui peuvent expliquer à eux seuls le passage à l'action. Il soutient que l'on peut être très motivé et croire à sa capacité à exécuter une activité tout en n'étant pas capable de transformer ses intentions en actes si les capacités d'exécution sont insuffisantes. C'est sur cette base que Heckhausen (1987) ainsi que Heckhausen et Gollwitzer (1986, 1987) ont développé le modèle de la traversée du Rubicon.

L'efficacité des processus volitifs est fonction de deux états. Ces états se rapportent à des activités mentales incontrôlables qui sont dissociées d'une intention actuelle autogénérée par l'individu et potentiellement interférables avec celle-ci (Broonen, 2007). Ces deux états sont l'orientation vers l'action et l'orientation vers l'état. Les personnes orientées vers l'action ont tendance à s'engager davantage dans les processus qui visent la matérialisation de leurs intentions. En revanche, les personnes orientées vers l'état reflètent l'inertie de l'action. Elles subissent l'action, ont tendance à ressasser les difficultés passées et à conserver en mémoire des intentions impossibles à réaliser.

L'orientation vers l'action conduit à une relation intention-comportement plus solide que l'orientation vers l'état (Kuhl & Beckmann 1994a). Autrement dit, les personnes orientées vers l'action sont enclines à traduire plus rapidement que les individus orientés vers l'état leurs intentions en actes grâce à des capacités volitives plus grandes (Kuhl, 1984).

### **3.3.2. Le modèle des phases de l'action**

Dans son modèle des phases de l'action (figure 6), Gollwitzer (1996) avance que la réalisation d'une action est un processus qui se fait en quatre étapes distinctes: la phase prédécisionnelle, la phase préactionnelle, la phase actionnelle et la phase postactionnelle. Ces phases expliquent comment l'individu arrive à positionner des objectifs, à prendre la décision de s'engager dans l'action et enfin d'agir en vue d'atteindre ces objectifs (Achtziger & Gollwitzer, 2008).

#### **➤ La phase pré-décisionnelle**

La phase pré-décisionnelle débute par l'éveil de désirs qui la plupart du temps sont nombreux et ne donnent pas tous lieu à concrétisation. En ce qui concerne la faisabilité, la

personne s'interroge sur les résultats attendus, le contexte situationnel facilitateur ou inhibiteur, les moyens et les opportunités disponibles, l'évaluation positive ou négative de son désir par d'autres personnes importantes ainsi que sur les conséquences de l'action désirée. L'évaluation appropriée de la faisabilité et l'opportunité de son désir exige que celui-ci soit confronté à d'autres désirs. Le désir qui sera associé à des conséquences plus attractives aura plus chance de devenir un but. Sur un plan hiérarchique, ce désir deviendra le désir « supérieur » et les autres des désirs « subordonnés ». Ainsi, cette phase, qualifiée de phase motivationnelle, s'achève avec le passage du désir choisi à une intention-but. Cette transition inaugure la phase pré-actionnelle.

#### ➤ **La phase pré-actionnelle**

C'est la phase de planification de l'action. Elle est caractérisée par le «*franchissement du Rubicon*» (Heckhausen & Gollwitzer, 1987) qui symbolise un acte d'engagement dans une activité. Cette métaphore explicite ainsi la transition de la phase motivationnelle (pré-décisionnelle) vers la phase volitionnelle (pré-actionnelle). La prise de décision met fin à la délibération et engage l'individu dans un état mental d'exécution de l'intention but (Gollwitzer, 1996).

Il ressort de cette phase trois types de compétences volitionnelles dites d'auto-régulation: l'autodétermination, l'automotivation et la résistance à l'incertitude de l'avenir. Ces compétences ou aptitudes se réfèrent aux fonctions psychologiques que l'individu utilise pour maintenir l'intention-but à un niveau supérieur dans la hiérarchie des objectifs à réaliser (Forstmeier & Rüdell, 2008). La phase préactionnelle a donc pour spécificité l'activation de processus volitionnel de contrôle déterminant pour l'exécution de l'objectif. Ces processus visent à protéger l'intention-but des distracteurs par le truchement de mécanismes auto-défensifs et activent les moyens cognitifs pour l'atteindre au cours de la phase actionnelle (Nguedong, 2014).

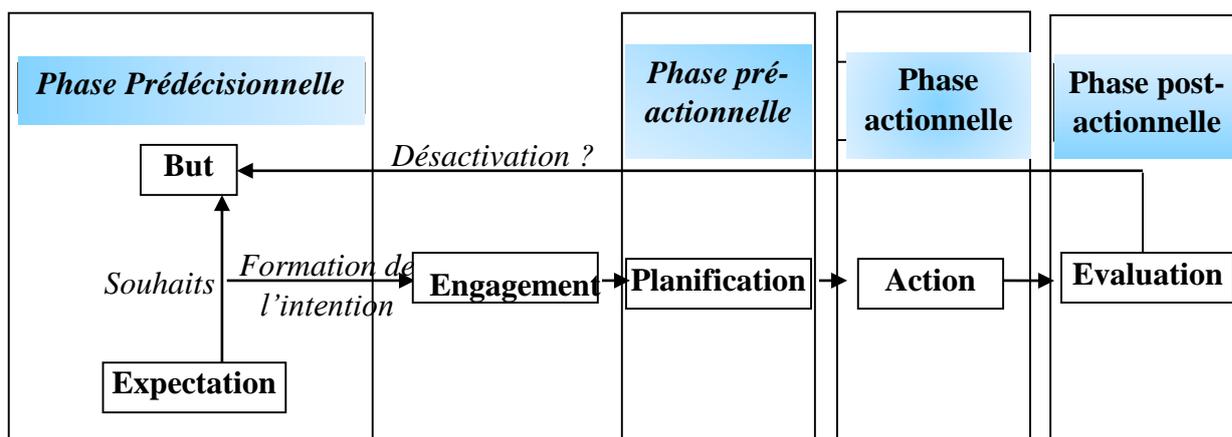
#### ➤ **La phase actionnelle**

Cette phase est caractérisée par la réalisation de l'objectif. Cette étape est possible grâce aux compétences de développement de l'action (orientation vers l'action, concentration et la proactivité). Ainsi, tous les efforts de l'individu sont engagés afin de permettre le dénouement préalablement projeté de l'action. Ces efforts sont facilités par l'autodétermination vis-à-vis du but poursuivi, ce qui implique directement la résistance aux difficultés. Cette autodétermination permet également à l'individu d'initier à nouveau son

action lorsque cette dernière est interrompue. C'est ce qu'Achtziger et Gollwitzer (2008) qualifient de «*force volitionnelle*». Celle-ci explique le fait que l'individu persiste malgré les interruptions et les difficultés rencontrées lors de l'exécution de l'action. Durant cette phase, c'est la représentation du but dans lequel l'individu est engagé qui guide son action. Une fois les actions exécutées, la personne passe à la quatrième phase dite postactionnelle.

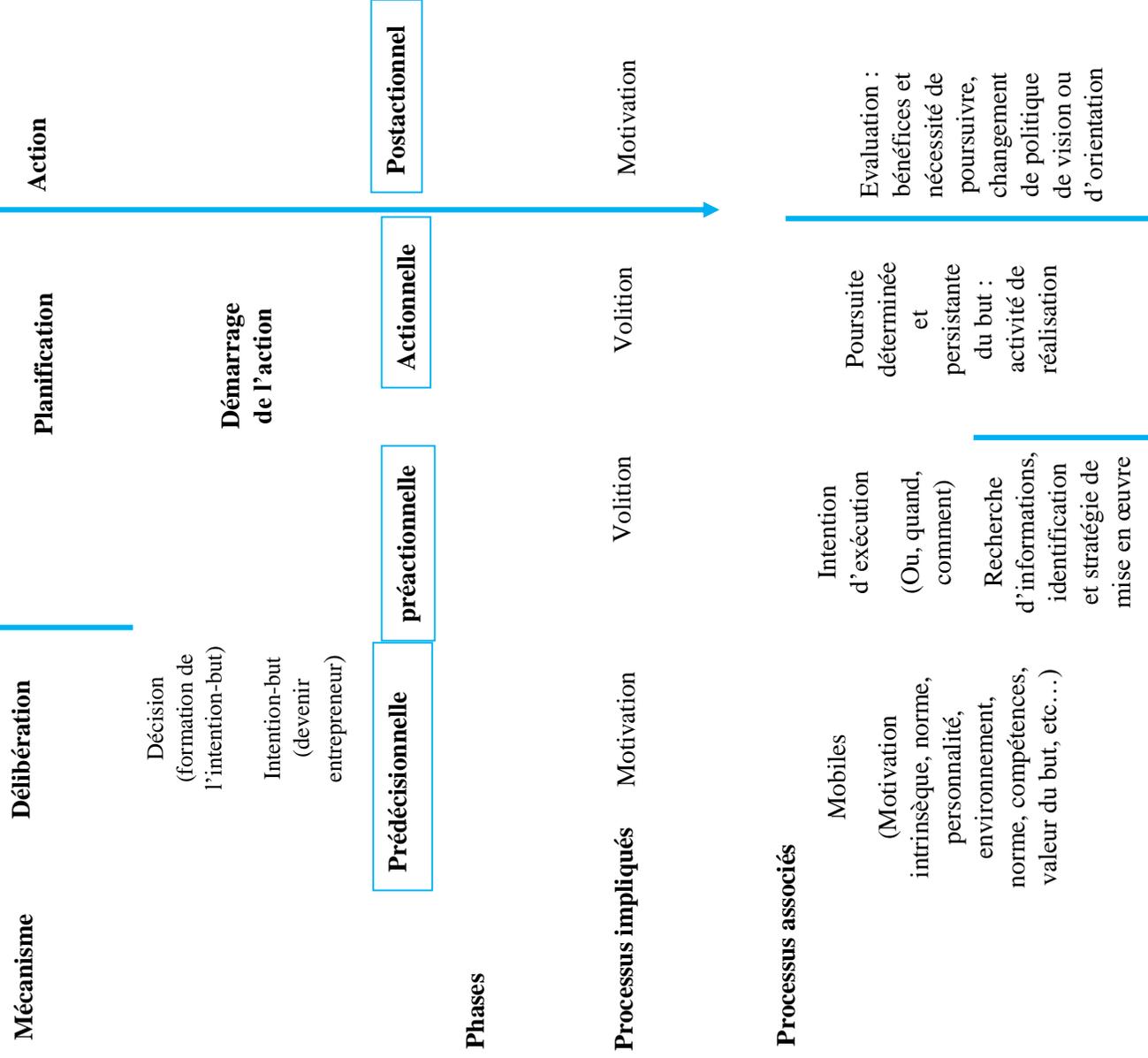
### ➤ La phase postactionnelle

Cette phase est destinée à l'évaluation de la réalisation de l'action. Il s'agit concrètement de juger l'état d'accomplissement des objectifs fixés et de comparer les résultats obtenus aux résultats escomptés. Si l'individu est satisfait par les résultats obtenus il peut alors arrêter l'action. Si par contre, il estime que l'action réalisée ne correspond pas aux intentions de départ, il peut décider d'améliorer ses chances de succès en ajoutant de nouvelles intentions ou en modifiant ses objectifs.



**Figure 3 :** Représentation intégrée du modèle des phases de l'action (Achtziger et Gollwitzer, 2008).

Moussa Mouloungui (2012) a élaboré une version de ce modèle applicable à l'entrepreneuriat. Elle met en exergue les mécanismes ainsi que les processus impliqués et associés à la création d'entreprise comme en témoigne la figure ci-après.



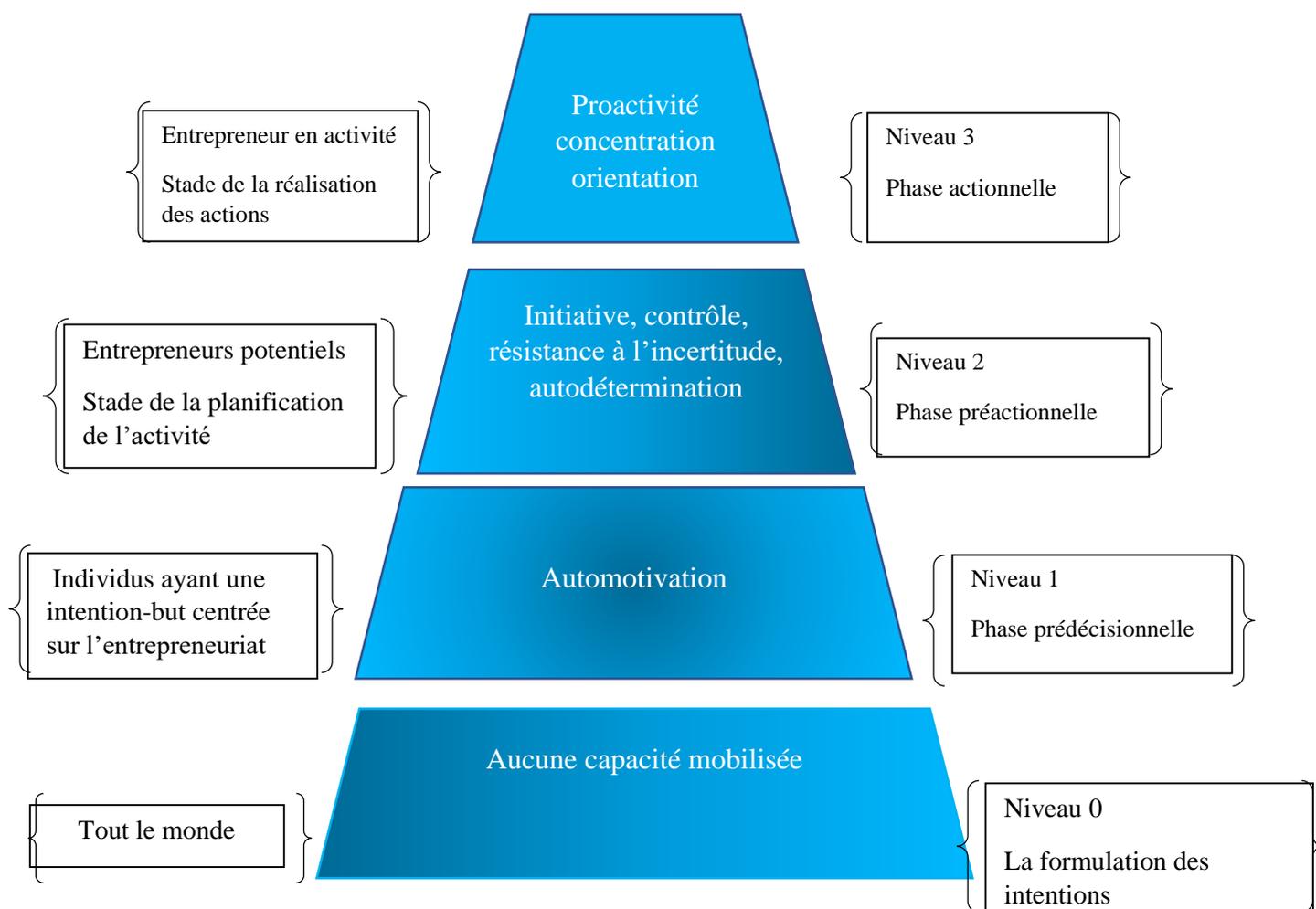
**Figure 4 : Modèle des phases de l'action associé à l'entrepreneuriat**  
(Moussa-Mouloungui, 2012)

### 3.3.3. Modèle hiérarchique de la volition (Moussa Mouloungui, 2012)

Dans l'optique d'éclairer l'évolution intrinsèque qui se produit chez l'individu lorsqu'il s'engage dans l'activité créatrice, Moussa Mouloungui (2012) propose le modèle hiérarchique de la volition (figure 8). Ce modèle vise à évaluer la sélection qui marque le cheminement vers la réalisation de l'objectif difficile et incertain selon l'intensité de l'intention à entreprendre (partie de gauche), la théorie du contrôle de l'action (partie centrale) et le modèle des phases de l'action (partie de droite). Ce modèle postule que la création d'entreprise se fait grâce à une mobilisation successive de compétences volitives suivant un ordre déterminé par les différents stades du processus entrepreneurial.

D'après Moussa Mouloungui (2012), tout commence avec la formulation de l'intention-but. A ce stade, la compétence d'automotivation aide les individus à évoluer vers la planification de leur activité. Des variables telles que l'estime de soi, le lieu de contrôle, le sentiment d'efficacité personnelle et la norme subjective sont particulièrement à l'œuvre à ce stade. Les individus sont davantage susceptibles d'abandonner que de poursuivre leur aventure. S'ils résistent, ils parviendront au stade de la planification dans lequel l'autodétermination, l'initiative personnelle, la résistance à l'incertitude et le contrôle se combinent à l'automotivation pour protéger l'individu des distracteurs qui peuvent le dévier de sa trajectoire. Les personnes qui arrivent à rassembler les informations essentielles sur leur activité et font des projections sur les probables résultats auxquels leur travail peut aboutir accèdent au stade suivant. Il s'agit de la création proprement dite, durant laquelle l'individu obtient les premiers fruits de son labeur.

La référence au triangle pour représenter la mobilisation progressive des aptitudes volitives permet d'illustrer la sélection qui se produit à chaque stade. Ainsi, l'on retrouve plus d'individus au stade de la formulation des intentions qu'à celui de la planification de l'action. De même qu'il y a plus d'individus à la phase de construction d'une démarche qu'à sa phase de concrétisation. La hiérarchie de la volition quant à elle signifie qu'à chaque étape, certaines compétences volitives, alors présentes chez tous, se manifestent, à un moment donné, avec davantage de vigueur chez certaines personnes et les aident à franchir une étape du processus entrepreneurial pour progresser sur le chemin de la création vers le stade supérieur. Elles perdent ensuite leur pouvoir exclusif de mobilisation en se combinant à des capacités dominantes du stade précédent et à de nouvelles qui, à ce stade, prennent le relais pour aider l'individu à faire face aux difficultés du moment (Moussa Mouloungui, 2012).



**Figure 5:** modèle hiérarchique de la volition (Moussa-Mouloungui, 2012)

En somme, il a été question dans ce chapitre de passer en revue les assises théoriques du présent texte. Cette tâche s'est organisée autour des théories de l'autodétermination (Deci et Ryan, 2002), du contrôle de l'action (Kuhl, 1984) des phases de l'action (Gollwitzer, 1990) et du modèle hiérarchique de la volition (Moussa Mouloungui, 2012).



**DEUXIÈME PARTIE : CADRE  
METHODOLOGIQUE**

## CHAPITRE 4 : MÉTHODOLOGIE

La méthodologie renvoie à l'ensemble des règles et démarches adoptées pour conduire une recherche (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, 2012). Elle permet de démontrer la pertinence des outils utilisés dans une étude. En cela, elle constitue une jointure entre les éléments théoriques et les données opératoires d'une production scientifique. Dans le cadre de ce mémoire, la méthodologie porte respectivement sur le rappel des questions, hypothèses et objectifs de recherche ; l'opérationnalisation des variables; la démarche de l'étude; la technique d'échantillonnage et l'échantillon; la procédure de collecte des données, la technique et les outils de traitement statistique de ces données.

### **4.1. Rappel des questions, hypothèses et objectifs de recherche**

Le chômage est un fléau qui mine la société tout entière, quelles que soient les caractéristiques économiques, politiques et démographiques des pays, ils sont tous en proie à ce mal. C'est notamment le cas du Cameroun qui enregistre plus d'un million de chômeurs (INS, 2021). Pour juguler ce problème, l'Etat camerounais a élaboré des stratégies visant à promouvoir l'emploi à travers les concours et recrutements directs dans la fonction publique. Cependant, cette mesure s'avère insignifiante au regard du modeste taux d'actif occupé dans le secteur formel soit moins de 10% (OIT, 2017). Cette situation a conduit le gouvernement à utiliser d'autres canaux pour permettre l'insertion socio-professionnelle des demandeurs d'emploi. Ces résolutions vont dans le sens de la promotion de l'auto-emploi à travers des programmes d'accompagnement des porteurs de projet (PIAASI, PAJER-U, PIFMAS, PTS-JEUNE, etc.). Ces incitations à l'entrepreneuriat sont généralement couplées de mesures permettant la création et la pérennisation des entreprises. Seulement, les résultats de ces mesures sont mitigés car bien que certains projets parviennent à exécution, l'on observe plutôt le taux d'échec entrepreneurial qui croît au fil du temps malgré la multiplication des mesures d'accompagnement. Pour expliquer cette situation, les responsables des structures d'accompagnement à l'auto-emploi incriminent des fautes de gestion de la part des porteurs de projets. Ce qui, tacitement, témoigne à suffisance de la nécessité de prise en compte de la dimension personnelle dans la démarche entrepreneuriale. Cette faille suscite des questionnements qui orienteront la suite du présent travail.

#### **4.1.1. Rappel des questions de recherche**

Avant de présenter les interrogations induites par le constat fait précédemment, il convient de définir le concept de question de recherche. En effet, les questions de recherche sont des interrogations nécessaires permettant d'exprimer, de clarifier et de compléter les différents aspects du problème identifié (N'da, 2015). Elles présentent la trajectoire que prendra le travail car elles renferment des indices méthodologiques qui permettront de bâtir un raisonnement scientifique. Ces questions se subdivisent en question principale et questions secondaires.

La question principale de la présente étude s'énonce comme suit : la motivation a-t-elle un effet sur la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?

Les questions secondaires de l'étude sont les suivantes :

QS1 : la motivation au succès professionnel a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?

QS2 : la motivation au succès social a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?

QS3 : la motivation prosociale a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?

QS4 : la motivation à l'innovation a-t-elle un effet sur la mobilisation de la volition, si oui, cet effet varie-t-il suivant le profil entrepreneurial ?

#### **4.1.2. Rappel des objectifs de recherche**

Les objectifs de recherche sont des énoncés présentant le but de l'étude et le cheminement qui sera utilisé pour atteindre les résultats escomptés (N'da, 2015). Ce sont les intentions qui sous-tendent les investigations du chercheur. Ils se subdivisent en objectif général et objectifs spécifiques.

L'objectif général de cette étude est de vérifier si la motivation a un effet sur la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. L'atteinte de cet objectif général dépendra de celle des objectifs spécifiques issus de son opérationnalisation.

Les objectifs spécifiques de la présente recherche sont les suivantes :

**OS1** : premièrement, nous voulons vérifier si la motivation au succès professionnel a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

**OS2** : deuxièmement, nous voulons vérifier si la motivation au succès social a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

**OS3** : troisièmement, nous voulons vérifier si la motivation prosociale a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

**OS4** : quatrièmement, nous voulons vérifier si la motivation à l'innovation a un effet sur la mobilisation de la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

#### **4.1.3. Rappel des hypothèses de recherche**

Les hypothèses sont des énonciations de relations probables entre des phénomènes observés ou imaginés (N'da, 2015). Ce sont les réponses les plus plausibles quoique provisoires aux questions de recherche. Elles se déclinent en hypothèse générale et hypothèse(s) opérationnelle(s). La première contient une prédiction de portée générale tandis que la seconde renferme des indicateurs qui permettront sa confirmation ou son infirmation (Salès-Wuillemin, 2006).

L'hypothèse générale du présent travail postule que la motivation a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Cette hypothèse générale étant constituée de facteurs latents qui la rendent difficile à tester, il a été procédé à son opérationnalisation.

Les hypothèses opérationnelles sont les suivantes :

**HO1** : la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

**HO2** : la motivation au succès social a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

**HO3** : la motivation prosociale a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

**HO4** : la motivation à l'innovation a un effet sur la mobilisation de la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

## 4.2. Elaboration des variables de l'étude

Une variable est un groupement logique d'attributs ou de caractéristiques qui décrivent un phénomène observable empiriquement (Mace et Petry, 2011). Il en existe plusieurs types, mais dans le cadre de cette étude, seules deux ont été utilisées : la variable indépendante (VI) et la variable dépendante (VD). La première est la variable explicative et la deuxième la variable à expliquer.

### 4.2.1. Les variables indépendantes

La présente étude comporte deux variables indépendantes à savoir la motivation entrepreneuriale (ME) et le profil entrepreneurial (PE). La variable motivation entrepreneuriale renvoie aux liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Elle est le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients. Elle mobilise le sujet vers la création d'une entreprise, dont le contour se construit à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. L'individu agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. L'énergie interne prend sa source dans l'existence de besoins non satisfaits (Diop, 2012). La motivation entrepreneuriale appréhendée dans la présente étude découle d'un travail réalisé par l'équipe de recherche de l'Université de Vérone dirigé par le Professeur Batistelli d'une part et par le laboratoire Psychotech de l'Université de Lille d'autre part. Elle est constituée de quatre modalités (la motivation prosociale, la motivation à l'innovation, la motivation au succès professionnel et la motivation au succès social) et de plusieurs indicateurs.

**Tableau 9:** présentation de la variable indépendante motivation, ses modalités et ses indicateurs

VI	Modalités	Indicateurs
Motivation	Succès professionnel (SP)	Exercer une profession intéressante
		Développer toutes mes capacités
	Succès social (SS)	Avoir un revenu élevé
		Atteindre une position de pouvoir
	Prosociale (PROS)	Aider les autres (exprimer de la solidarité)
		Etre une personne aimée
		Créer quelque chose de nouveau dans son

Innovation (INN)

propre travail

Désir de créer quelque chose de nouveau

Notes : SP : succès professionnel ; SS : succès social ; PROS : prosociale ; INN : innovation.

Le seconde variable indépendante est le profil entrepreneurial (PE), elle provient des travaux de Reynolds *et al.*, (2001) et renvoie à l'ensemble formé par l'attitude, l'activité et les aspirations de l'entrepreneur (Reynolds *et al.*, 2001; Boukhari & Abedou, 2016). L'attitude permet une auto-évaluation de la connaissance et de la familiarité d'avec l'univers entrepreneurial ainsi que ses aptitudes de détection des opportunités, de son auto-efficacité et de son rapport à l'échec. L'activité quant à elle renvoie au taux d'activité entrepreneurial (TAE), mais elle est généralement mesurée à l'échelle nationale et non individuelle. Enfin, les aspirations entrepreneuriales mettent en avant les objectifs de l'entrepreneur et concernent particulièrement l'innovation, la croissance de l'emploi et l'orientation vers l'export. Le profil entrepreneurial est constitué de deux modalités (entrepreneur par nécessité et entrepreneur par opportunité) et de plusieurs indicateurs.

**Tableau 10:** Présentation de la variable indépendante profil entrepreneurial, ses modalités et ses indicateurs

VI	Modalités	Indicateurs
Profil entrepreneurial	Entrepreneur par opportunité (EO)	Sortir du chômage
		Acquérir du prestige
		Remplacer ses parents
	Entrepreneur par nécessité (EN)	Gagner un maximum d'argent
		Augmenter ses revenus
		Créer des nouveaux produits/services
		Exploiter une opportunité
		Etre mon propre patron
		Développer de nouveaux procédés de fabrication

Notes : EO : entrepreneur par opportunité ; EN : entrepreneur par nécessité.

#### 4.2.2. La variable dépendante

Notre variable dépendante provient du modèle hiérarchique de la volition de Moussa-Mouloungui (2012). Il est ainsi constitué des capacités volitives dont les modalités sont

l'automotivation (AMOT), l'autodétermination (ADET), la résistance à l'incertitude (RELAX), le contrôle (CONT), l'initiative (INIT), l'orientation vers l'action (ORIE), la concentration (CONC) et la proactivité. Toutefois, la proactivité n'a pas été considérée dans ce travail au vu de la difficulté que posait son évaluation compte tenu de son absence dans le VCQ-3.

**Tableau 11:** présentation de la VD, ses modalités et ses indicateurs

VD	Modalités	Indicateurs
Capacités volitives (CV)	Automotivation (AMOT)	Aptitude à se remotiver
		Aptitude à rendre les activités intéressantes
	Autodétermination (ADT)	Aptitude à réaliser ses objectifs
		Aptitude à se sentir en adéquation avec les situations
	Résistance à l'incertitude (RELAX)	Aptitude à réduire son anxiété
		Aptitude à réduire son excitation
	Initiative (INIT)	Aptitude à s'engager dans des activités sans hésitation
		Aptitude à aborder énergiquement des activités
	Contrôle (CONT)	Aptitude à planifier ses actions
	Orientation vers l'action (ORIE)	Aptitude à s'identifier à ses actions
		Aptitude à interrompre une action en cours d'exécution
	Concentration (CONC)	Aptitude à positiver
		Aptitude à maintenir son attention sur une activité

*Notes : AMOT : Automotivation ; ADT : Autodétermination ; RELAX : Résistance à l'incertitude ; CONT : contrôle de l'action ; INIT : Initiative personnelle, ORIE : Orientation vers l'action ; CONC : Concentration ; CV : Capacités volitives*

### 4.3. Méthode d'étude

Ce travail est basé sur une approche quantitative. Ce parti pris est justifié par la tendance dominante dans la littérature au sujet de la motivation entrepreneuriale, du profil entrepreneurial et de la dynamique volitionnelle (Diop 2012, Reynold et al., 2001 ; Hugues 2003 ; Caliendo et Kritikos, 2009 ; Giacomini et al., 2010,2016 ; Moussa-Mouloungui, 2012 ;

Nyock *et al.*, 2013 ; Nguedong, 2014 ; Hikkerova *et al.*,2016 ; Nyock Ilouga, 2019 ; Nguedong, 2020 et Ambela Mendo,2020).

#### **4.4. Site de l'étude**

La connaissance du site de recherche dans toute investigation scientifique est un atout pour le chercheur car elle facilite le contrôle et la saisie des influences du milieu sur les conduites des participants (Noumbissie, 2010). Cette recherche a été effectuée dans la ville de Yaoundé. En effet, Yaoundé est la capitale du Cameroun et chef-lieu de la région du centre. Elle est située à 200 Km de la côte Atlantique, entre le 4° de latitude Nord et le 11°35 de longitude Est. Elle est entourée de 7 collines qui seraient responsable de son climat particulier et dont les plus élevées sont situées du côté de l'Ouest et Nord-Ouest (Mont Mbankolo 1075 m, Mont Messa 1025 m, Mont Febé 1025 m, Mont Nkolondom 1200 m,etc). Yaoundé occupe un site accidenté de 31 000 ha . Sur le plan démographique, la population de la Ville de Yaoundé est estimée à environ 2 millions d'habitants, soit 11.68% de la population totale du Cameroun. Yaoundé est le foyer par excellence du peuple Ewondo. Mais au fil du temps, la ville aux sept collines va connaître une forte présence cosmopolite. Avec plusieurs peuples qui vont se joindre aux autochtones Ewondo à savoir : les Bulus, les Bamilékés, les anglophones, les haoussas et les peuls pour ne que citer-ceux-la. Ce brassage culturel est l'origine du développement croissant de cette ville (UPF Cameroun).

La délimitation géographique de la Ville de Yaoundé indique qu'au Nord-Ouest elle est limitrophe au département de la Lékié ; au Sud-Ouest et au Sud, elle est frontalière au département de la Mefou-et-Akono ; au Nord elle est proche de l'arrondissement d'Okola ; enfin au Nord-Est et au Sud-Est, elle est voisine du département de la Mefou-Afamba.

Le climat qui règne dans la ville de Yaoundé est de type équatorial (Yaoundéen), caractérisé par l'alternance de deux saisons sèches et deux saisons de pluies. On enregistre une température moyenne de 23,5°C contrastée entre 16 et 31°C selon les saisons et 1650 mm de précipitation en moyenne par an. L'hygrométrie moyenne est de 80% et varie dans la journée entre 35 et 98%. Les vents fréquents sont humides et soufflent en direction du Sud-ouest ; les vents violents sont orientés vers le nord-ouest. La végétation est du type intertropical avec prédominance de la forêt humide méridionale (Wéthé .J. 1999 ; 2001).

Sur le plan morphologique, la ville est située en grande partie dans le bassin versant du cours d'eau Mfoundi (soit 1373.47 ha). On y trouve quatre types de terrains parmi lesquels les fonds de vallée inondables généralement situés entre 650 à 700 m ; les zones de faibles pentes dont les terrains sont facilement urbanisables, situées entre 700 et 750 m ; les zones aménageables dont les hauteurs varient de 750 et 800m et les flancs de collines très difficiles à aménager dont la hauteur est supérieure à 800 m. De ces types de terrains, découlent deux grandes zones. Les zones non constructibles qui englobent d'une part, les secteurs de faible pente (inférieure à 5%) dont les fonds de vallée généralement inondables et d'autre part, les zones de forte pente, sièges permanents d'érosion et d'éboulement. Les zones constructibles ou urbanisables sont les versants et sites de pente comprises entre 5 et 15%.

#### **4.5. Justification du choix du site de l'étude**

Le choix de Yaoundé comme site de recherche est basé sur trois principaux motifs. Tout d'abord, selon le rapport du deuxième recensement général des entreprises, Yaoundé est le deuxième pôle d'implantation des unités économiques camerounaise après la ville de Douala. Elle est constituée de 22 436 entreprises ce qui correspond à 23.9% des entreprises à l'échelle nationale (RGE-2, 2017). Ensuite, Yaoundé est une ville cosmopolite car elle est constituée des ressortissants de toutes les aires culturelles camerounaises. Enfin, étant donné que la présente recherche se déroule dans le cadre du mémoire de recherche à l'Université de Yaoundé 1 qui est l'une des plus grandes institutions académiques de la ville, le site de Yaoundé a été choisi parce qu'il pourrait permettre de limiter les déplacements ainsi que les dépenses dues au déploiement sur le terrain.

#### **4.6. Population d'étude**

La population d'une étude est un ensemble d'individus partageant les mêmes caractéristiques (N'da, 2015), c'est l'univers statistique qui intéresse le chercheur. Dans le cadre de cette recherche elle est constituée d'entrepreneurs exerçant dans la ville de Yaoundé (Cameroun). Est considéré comme entrepreneur au Cameroun, toute personne qui crée, achète ou hérite d'une entreprise ainsi que tout individu qui s'associe à d'autres au sein d'une structure (RGE, 2009). Par conséquent, les propriétaires d'entreprises individuelles et de sociétés, tant formelles qu'informelles, tout statut juridique confondu sont qualifiés d'entrepreneurs.

Il aurait été intéressant d'interroger tous les créateurs camerounais exerçant au sein territoire national, mais compte tenu des contraintes de temps et de moyens, il s'est avéré nécessaire de construire un échantillon pour la réalisation de cette étude.

#### **4.7. Technique d'échantillonnage et échantillon**

La construction d'un échantillon passe par le choix d'une technique qui peut être aléatoire ou empirique. La première implique un véritable tirage au hasard, c'est-à-dire que chaque élément de la population a une chance égale d'être choisi (N'da, 2015). La seconde en revanche suppose que tous les éléments de l'univers statistique n'ont pas la même probabilité d'appartenir à l'échantillon (Dufour et Larivière, 2012). Dans le cadre de cette étude, nous avons recouru à une technique d'échantillonnage non probabiliste dont la présentation fera l'objet de la prochaine sous-section.

##### **4.7.1. Technique d'échantillonnage**

Il existe diverses techniques d'échantillonnage non probabiliste, mais celle utilisée dans cette recherche était la *boule de neige*. Celle-ci implique le choix d'individus ayant des caractéristiques recherchées, personnes auxquelles l'on demande d'en indiquer d'autres qui soient concernées et éventuellement intéressées par l'enquête ; la même requête est adressée à ces individus et ainsi de suite (Combessie, 2007). Cette technique est également appelée échantillonnage par réseaux car les participants sont recrutés dans les réseaux (sociaux, d'amitié et professionnels) de l'enquêteur.

##### **4.7.2. Echantillon**

Notre échantillon est constitué de 201 participants répartis suivant le genre, l'âge, le statut matrimonial, le niveau d'étude, le domaine d'activité, et la région d'origine, la religion et la typologie de l'entreprise créée.

###### **4.7.2.1. Le genre**

Comme le montre le tableau 12, parmi les 201 entrepreneurs rencontrés au cours de cette enquête, 110 sont des femmes (55%) et 91 des hommes (45%).

**Tableau 12:** Répartition des participants suivant le genre

<b>Genre</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Féminin	110	55 %
Masculin	91	45%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

#### 4.7.2.2.L'âge

Le tableau 13 révèle que 52 répondants (25.8%) ont un âge compris entre 20 et 30 ans ; 78 entrepreneurs (38.8%) sont dans la tranche de 31 à 40 ans ; les opérateurs économiques âgés de 41 à 50 ans sont au nombre de 42 (20.8%) et 29 participants (14.4%) de notre enquête sont âgés de plus de 50 ans.

**Tableau 13:** Répartition des participants suivant l'âge

<b>Âge</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
20-30 ans	52	25.8%
31-40 ans	78	38.8%
41-50 ans	42	20.8%
Plus de 50 ans	29	14.4%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

#### 4.7.2.3.Le statut matrimonial

Le tableau 14 indique que les entrepreneurs interrogés dans notre enquête sont majoritairement mariés (81 entrepreneurs). Les autres statuts matrimoniaux sont également représentés, soit 31 célibataires, 63 unions libres et 26 divorcés.

**Tableau 14:** Répartition des participants suivant le statut matrimonial

<b>Métier</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Célibataire	31	15.4%
Marié(e)	81	40.2%
Union libre	63	31.3%
Divorcé(e)	26	12.9%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

#### 4.7.2.4. Le niveau d'étude

La lecture du tableau 15 indique que 16 participants (7.9%) ont le CEPE/CEP ; 34 répondants (16.9%) sont titulaires d'un BEPC. 33 entrepreneurs (16.4%) ont un Baccalauréat ; 38 participants (18.9%) ont une licence ; 62 participants (30.8%) ont un Master ; 9 participants (4.4%) sont des docteurs et 9 participants (4.4%) n'ont aucun niveau d'étude.

**Tableau 15:** Répartition des participants suivant le niveau d'étude

<b>Niveau d'étude</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
CEPE	16	7.9%
BEPC	34	16.9%
BAC	33	16.4%
BAC+3 (Licence)	38	18.9%
BAC+5 (Master 2/DEA)	62	30.8%
BAC+8 (Doctorat)	9	4.4%
Aucun	9	4.4%
<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

#### 4.7.2.5. Le domaine d'activité

Le tableau 16 révèle que 16 participants (7.9%) exercent dans le domaine agricole; 25 de leurs collègues(12.4%) sont des éleveurs ; 4 répondants (1.9%) sont dans le domaine de la mécanique ; 2 enquêtés (.9%) sont des créateurs relevant du secteur alimentaire ; 21 entrepreneurs interrogés (10.4%) relèvent du domaine touristique ; 10 répondants (4.9%) sont des promoteurs du secteur de la santé; 52 participants (25.8%) sont des commerçants; 62 participants (30.8%) et enfin 9 enquêtés (4.4%) sont des fondateurs d'école.

**Tableau 16:** Répartition des participants suivant le domaine d'activité

<b>Domaine d'activité</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Agricole	16	7.9%
Elevage	25	12.4%
Mécanique	4	1.9%
Alimentaire	2	.9%
Touristique	21	10.4%
Sanitaire	10	4.9%
Commercial	52	25.8%
Services	62	30.8%
Educatif	9	4.4%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

#### 4.7.2.6. La région d'origine

Le tableau 17 indique que parmi les promoteurs interrogés, 3 (1.5%) sont originaires de l'Adamaoua ; 62 participants (30.8%) sont du Centre ; 2 répondants (1%) sont de l'Est ; 1 entrepreneur (.5%) est du Littoral ; 7 enquêtés (3.5%) sont du Nord ; 1 participant (.5%) est

du Nord-Ouest ; 96 entrepreneurs (47.8%) sont de l'Ouest et enfin 29 (14.4%) entrepreneurs sont des ressortissants du Sud.

**Tableau 17:** Répartition des participants suivant la région d'origine

<b>Région d'origine</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Adamaoua	3	1.5%
Centre	62	30.8%
Est	2	1.0%
Littoral	1	.5%
Nord	7	3.5%
Nord-Ouest	1	.5%
Ouest	96	47.8%
Sud	29	14.4%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100</b>

#### 4.7.2.7.La religion

Le tableau 18 indique que parmi les promoteurs interrogés, 1 (.49%)est d'obédience religieuse adventiste; 129 (64.1%) sont des catholiques, 29 (14.4%) sont des protestants, 10 (4.9%) sont des musulmans, 12 (5.9%) sont pentecôtistes et 20 (9.9%) n'appartiennent à aucune religion.

**Tableau 18:** Répartition des participants suivant la religion

<b>Religion</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Adventiste	1	.49%
Catholique	129	64.1%
Protestant	29	14.4%

Musulman	10	4.9 %
Pentecôtiste	12	5.9%
Aucune religion	20	9.9%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100</b>

#### 4.7.2.8. Typologie des entreprises

La typologie des entreprises est fonction des effectifs des employés. Les très petites entreprises (TPE) ont moins de 10 employés ; les petites entreprises (PE) comptent 10-49 employés ; les moyennes entreprises (ME) comptent 50-249 employés et les grandes entreprises (GE) ont au moins 250 employés. Ainsi, le tableau ci-après indique que 161 participants (80%) sont propriétaires de TPE tandis que 35 (17.5%) ont des PE et 5(2.5%) sont propriétaires de ME.

**Tableau 19:** Répartition des participants suivant le type d'entreprise créée

Type d'entreprise	Effectif	Pourcentage
TPE	161	80%
PE	35	17.5%
ME	5	2.5%
Total	201	100%

*Notes : TPE= très petite entreprise ; PE= petite entreprise ; ME=moyenne entreprise.*

#### 4.8. Instrument de collecte des données

Du panel d'instruments de collecte des données qu'offre la psychologie, le questionnaire est celui qui rentre en droite ligne avec les objectifs poursuivis dans cette recherche. C'est un outil méthodologique qui vise à poser aux participants une série de questions relatives à une situation, à leur opinion, à leurs attentes, à leur niveau de connaissance ou de conscience d'un problème, ou de tout autre point qui intéresse le chercheur ; elles nécessitent des réponses écrites (N'da, 2015). Son utilisation présente divers avantages tels que l'économie de temps et d'énergie, l'application à différentes tailles

d'échantillon, la garantie de l'anonymat des participants et une certaine uniformité dans les réponses obtenues (Lenoir & Jean, 2012).

Dans le cadre de la présente étude, nous avons recouru à une administration directe encore appelée auto-administration (Lefrançois, 1992) car ce sont les sujets eux-mêmes qui remplissaient le questionnaire. La collecte de données s'est faite avec un questionnaire subdivisé en 4 parties principales le tout chapoté par une note introductive libellée comme suit :

*« Madame, Monsieur, Ce questionnaire est réalisé dans le cadre la rédaction de notre mémoire de fin de cycle en Master en Psychologie option Psychologie sociale. Nous vous demandons de répondre AVEC FRANCHISE à toutes les questions qui vous sont posées en lisant attentivement les instructions indiquées. Il n'existe pas de réponses justes ou fausses mais seulement des RÉPONSES PERSONNELLES. Votre sincérité nous est précieuse. Par ailleurs, nous vous assurons que la confidentialité totale de vos réponses sera préservée conformément aux dispositions de l'article 13 de la loi n°2020/010 du 20 Juillet 2020 régissant l'activité statistique au Cameroun. »*

La première partie porte sur le profil sociodémographique du répondant. Elle fournit des informations sur l'identité du sujet et les caractéristiques de sa structure (sexe, âge, niveau d'étude, domaine d'activité, effectif des employés, etc.).

La deuxième partie est réservée au mobil de création de l'entreprise. Elle est constituée d'un *item* libellé comme suit : *« qu'est-ce qui a déclenché votre décision de créer une entreprise ? »*. C'est une question à choix unique avec neuf propositions de réponses (exemple : *je voulais sortir du chômage, je voulais gagner un maximum d'argent, je voulais acquérir du prestige, etc.*)

La troisième partie du questionnaire est une échelle de mesure composée de 28 *items* mesurant la motivation entrepreneuriale. 9 *items* mesurent la motivation au succès professionnel (1 ;7 ;8 ;10 ;11 ;17 ;23 ;24 ;30), exemple : *« exercer une profession intéressante »*. 6 *items* mesurent la motivation prosociale (2 ; 6 ;15 ;16 ;19 ;22), exemple : *« être une personne appréciée pour sa bonté et son humanité »*. 9 *items* mesurent la motivation au succès social (3 ;4 ;5 ;9 ;13 ;14 ;18 ;20 ;21), exemple : *« être une personne respectée socialement »*. 4 *items* mesurent la motivation à l'innovation (24 ;25 ;26 ;28), exemple : *« créer quelque chose de nouveau dans son propre travail »*.

La dernière partie est l'échelle de la volition constituée de 21 *items* évaluant les capacités volitives. 2 items mesurent l'automotivation (2 ; 18), exemple « *je sais exactement comment me remotiver lorsque mon enthousiasme* » ; 3 items mesurent l'autodétermination (1 ; 6 ; 13), exemple « *la plupart du temps je réalise les objectifs que je me fixe* » ; 4 items mesurent la résistance à l'incertitude (3 ; 8 ; 14 ; 19), exemple « *je sais exactement comment réduire mon anxiété* » ; 3 items mesurent le contrôle (4 ; 9 ; 15), exemple « *lorsque je veux me concentrer sur mon projet professionnel, mes pensées divaguent souvent* » ; 3 items mesurent l'initiative (5 ; 10 ; 16), exemple « *Plusieurs choses réussissent parce que je les aborde avec beaucoup d'énergie* » ; 3 items mesurent l'orientation vers l'action (11 ; 17 ; 20), exemple « *Pour la réalisation de mon projet, j'ai planifié des tâches à exécuter, même si je n'ai pas le temps de les faire* » ; 3 items mesurent la concentration (7 ; 12 ; 20), exemple « *Je pense souvent à des choses qui n'ont rien à voir avec mon projet professionnel* »).

#### **4.9. Mesure des variables**

##### **4.9.1. La motivation entrepreneuriale**

La motivation entrepreneuriale est appréhendée à partir du questionnaire de la motivation entrepreneuriale élaboré par un collectif de travail formé par l'équipe de recherche de l'Université de Vérone dirigé par le Professeur Batistelli d'une part et par le laboratoire Psychotech de l'Université de Lille d'autre part. Elle comporte 28 *items* mesurant la motivation au succès professionnel, la motivation au succès social, la motivation prosociale et la motivation à l'innovation.

L'échelle de la motivation entrepreneuriale est une échelle de Likert à cinq pas. Les réponses des participants varient entre « *Pas du tout intense pour moi* » ; « *Peu intense pour moi* » ; « *Assez intense pour moi* » ; « *Très intense pour moi* » ; « *Extrêmement intense pour moi* ».

##### **4.9.2. Le profil entrepreneurial**

Le mobil d'engagement en entrepreneuriat a servi de base à la détermination du profil des créateurs (Reynolds *et al.*, 2001 ; Giacomini *et al.*, 2010 ; Tessier-Dargent, 2015 ; Giacomini *et al.*, 2016 ; Zoumba, 2018). Cet *item* (Q1) s'accompagne de propositions de réponses relevant de facteurs *push* et de facteurs *pull* de l'entrepreneuriat comme en témoigne le tableau 20. Ainsi, les participants dont la réponse correspondait aux facteurs d'opportunité étaient classés comme entrepreneurs par opportunité et ceux dont la réponse correspondait aux facteurs de nécessité étaient classés comme entrepreneurs par nécessité.

**Tableau 20:** Présentation de l’item Q1

Qu’est-ce qui a déclenché votre décision de créer une entreprise ?	
Nécessité	Opportunité
⇒ Je voulais sortir du chômage	⇒ Je voulais gagner un maximum d’argent
⇒ Je voulais acquérir du prestige	⇒ Je voulais augmenter mes revenus
⇒ J’ai remplacé mes parents qui géraient cette affaire	⇒ Je voulais créer des nouveaux produits/services
	⇒ Je voulais exploiter une opportunité que j’ai trouvée
	⇒ Je voulais être mon propre patron
	⇒ Je voulais développer de nouveaux procédés de fabrication

#### 4.9.3. Les capacités volitives

Les capacités volitives ont été appréhendées à partir du *Volitionnal Component Questionnaire* (VCQ-3). Il en existe plusieurs versions, mais celle utilisée ici a été mise au point par Kuhl et Fuhrmann (1998), puis révisée en 2004 (non publiée) et traduite en anglais. Nyock, Nyock et Sahut (2013) ont procédé à la traduction de cette échelle en français. Elle est construite sur la base de la théorie du contrôle de l’action (Kuhl & Beckmann, 1985) et comporte 21 *items* mesurant les aptitudes de formulation des intentions (automotivation), de planification de l’action (autodétermination, résistance à l’incertitude, initiative, contrôle) et de développement de l’action (orientation vers l’action et concentration)

Le VCQ-3 initialement mesure les capacités volitives à l’aide d’une échelle de Likert à quatre niveaux mais dans cette étude nous avons ramené ladite échelle à trois niveaux afin d’obtenir un positionnement clair des participants par rapport aux questions posées. Ainsi, les réponses varient entre « *pas du tout d’accord* » ; « *un peu d’accord* » et « *beaucoup d’accord* ».

#### 4.10. Enquête préliminaire

Une pré-enquête a été réalisée dans l’optique de statuer sur la compréhension des *items* par les entrepreneurs. Cette démarche suit les recommandations de Ghiglione et Matalon (2004) selon lesquels lorsqu’une première version du questionnaire est rédigée, c’est-à-dire lorsque la formulation de tous les items et l’ordre de ceux-ci est fixé provisoirement, il est

impératif de s'assurer que ce dernier est bien compréhensible (sans ambiguïté) et qu'il répond effectivement aux problèmes que pose le chercheur. Ainsi, l'étude pilote de cette recherche s'est déroulée le 1<sup>er</sup> Juin 2022 dans 2 quartiers (Emombo et Kodengui) de l'arrondissement de Yaoundé IV. A l'issue de cette phase, nous avons intégré les remarques des répondants qui suggéraient d'ajouter une question relative au niveau d'étude des participants. Après cet ajout, nous avons entrepris la validation du questionnaire.

#### 4.11. Validation du questionnaire

Le questionnaire utilisé dans cette étude a été construit à partir d'un *item* portant sur le mobile de l'engagement en entrepreneuriat, et les échelles de mesure de la motivation entrepreneuriale et des capacités volitives. C'est la fiabilité de ces échelles de mesures qui a été testée afin de statuer sur la validation du questionnaire.

Le tableau 21 présente les alphas de Cronbach de la variable volition et de ses différentes dimensions telles qu'appréhendées dans le *Volitional Component Questionnaire* (VCQ-3). Ainsi, il apparaît que les modalités autodétermination et contrôle ont une cohérence interne élevée soit  $\alpha=.71$  et  $\alpha=.81$ . En revanche, les modalités automotivation, résistance à l'incertitude, initiative, concentration et orientation vers l'action ont une faible cohérence eu regard de leur alpha de Cronbach soit .43 ; .64 ; .36 ; .61 ; .36 respectivement. Malgré cela, l'alpha de Cronbach global du VCQ-3 s'élève à .83 ce qui confère à cette échelle de mesure une cohérence interne satisfaisante

**Tableau 21:** Alpha de Cronbach du Volitional Component Questionnaire (VCQ-3)

Variable	N	Nombre d'items	Alpha de Cronbach
Autodétermination	201	3	.71
Automotivation	201	2	.43
Résistance à l'incertitude	201	4	.64
Initiative	201	3	.36
Concentration	201	3	.61
Contrôle	201	3	.81
Orientation vers l'action	201	3	.36

<b>Volition</b>	<b>201</b>	<b>21</b>	<b>.83</b>
-----------------	------------	-----------	------------

Le tableau 22 présente les alphas de Cronbach de la variable motivation entrepreneuriale et de ses différentes dimensions telles que présentées dans le questionnaire. Ainsi, il apparaît que les modalités la motivation prosociale, la motivation au succès social et la motivation à l'innovation ont une cohérence interne élevée soit  $\alpha=.71$  ;  $\alpha=.81$  et  $\alpha=.92$ . Pourtant la motivation au succès professionnel a un alpha de Cronbach légèrement en dessous du seuil minimal acceptable soit  $\alpha=.68$ . Toutefois, la cohérence interne globale de l'échelle de la motivation est de  $\alpha=.90$  ; ce qui confère à l'échelle une cohérence interne satisfaisante.

**Tableau 22:** Alpha de Cronbach du l'échelle de motivation

<b>Variable</b>	<b>N</b>	<b>Nombre d'items</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>
Succès professionnel	201	9	.68
Prosocial	201	6	.71
Succès social	201	9	.81
Innovation	201	9	.92
<b>Motivation</b>	<b>201</b>	<b>28</b>	<b>.90</b>

*Notes : N= nombre de participants*

Dès lors que le questionnaire a fait l'objet d'une pré-enquête et que sa cohérence interne a été prouvée, il s'avère nécessaire de présenter la procédure de collecte des données

#### **4.12. Procédure de collecte des données**

L'objectif de cette étude est de vérifier si la motivation entrepreneuriale détermine la mobilisation des capacités volitives d'une part et d'autre part vérifier si cet effet est fonction du profil de l'entrepreneur. Ainsi, le questionnaire élaboré pour atteindre cet objectif s'applique aux entrepreneurs camerounais exerçant dans la ville de Yaoundé. La collecte des données s'est déroulée du 7 Juin au 7 Juillet 2022. Les entrepreneurs ayant pris part au pré-

test n'ont pas été contacté pour l'enquête afin de ne pas biaiser les résultats. Le recrutement des participants s'est fait par appel, message (Whatsapp, SMS, *Facebook Messenger*) ou discussion en face à face. Concrètement, il était demandé aux entrepreneurs contactés s'ils désiraient participer à une enquête portant sur l'entrepreneuriat au Cameroun, ce, en toute anonymat. Une fois leur quitus obtenu, le questionnaire papier leur était remis en leur précisant de répondre avec franchise à toutes les questions car il n'y avait ni réponse juste ni réponse fausse juste des réponses personnelles.

En cohérence avec la technique d'échantillonnage de la boule de neige, il était demandé aux participants s'ils pouvaient donner des contacts d'autres entrepreneurs pouvant éventuellement être intéressés par l'enquête. C'est de cette manière que s'est formée notre *boule de neige*. La participation à l'enquête était basée sur le volontariat et n'était pas rémunérée. Les critères d'inclusion exigeaient que les potentiels répondants soient des entrepreneurs camerounais qui exercent dans la ville de Yaoundé.

#### **4.13. Difficultés rencontrées**

Comme toute recherche, la nôtre ne s'est pas déroulée sans heurt. Nous avons fait face à de multiples obstacles lors de la collecte des données dont deux principales. La première était liée au peu d'intérêt que les créateurs affichaient à l'égard de notre étude car certains déclaraient ne pas percevoir l'apport d'une telle recherche pour leur activité et d'autres doutaient de l'anonymat qui leur était garanti. La deuxième difficulté relevait de l'inexploitation de plusieurs questionnaires car soit mal rempli soit égaré. Toutefois, des 350 questionnaires déposés nous avons pu en exploiter 201.

#### **4.14. Technique de traitement statistique des données**

A l'issue de la collecte des données, nous avons dépouillé les questionnaires, puis converti les données en valeurs ordinales et nominales afin d'obtenir un masque de saisi facilement exploitable. Cette démarche a permis d'une part de procéder aux analyses descriptives en calculant un indice de tendance centrale (moyenne), un indice de dispersion (écart-type) et l'étendue des scores (score maximum/minimum). D'autre part, des analyses inférentielles ont été effectuées afin de tester les hypothèses de l'étude. A cet effet, il nous a semblé opportun d'effectuer une régression linéaire simple avec une analyse de surface de réponse.

#### 4.14.1. Analyse de corrélations

Le coefficient de corrélation de Bravais-Pearson encore appelé coefficient de corrélation linéaire ( $r$ ) est un test statistique qui mesure le degré de relation qui existe entre deux séries de données quantitatives, et qui renseigne également sur le sens de cette relation. En d'autres termes, le coefficient de corrélation permet de mesurer le lien linéaire entre deux variables quantitatives X et Y. La valeur de ce coefficient oscille entre  $-1$  et  $+1$  ( $-1 \leq r_{xy} \leq 1$ ). Ainsi, un signe positif du coefficient de corrélation indique que les deux variables évoluent dans le même sens. Dans ce cas, la relation est dite directe et l'augmentation ou la diminution des scores d'une variable s'accompagne respectivement de l'augmentation ou de la diminution des scores de l'autre variable. Un signe négatif est synonyme d'une variation en sens opposée. Dans ce cas, le lien est dit indirect et les scores d'une variable augmentent pendant que ceux de l'autre variable diminuent.

Le coefficient de corrélation linéaire de Pearson se calcul de la manière suivante :

$$r_{xy} = \frac{S_{XY}}{S_X S_Y} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

*Note :  $r_{xy}$  = coefficient de corrélation linéaire entre la variable X et la variable Y ;  $S_{xy}$  = covariance entre la variable X et la variable Y ;  $S_x$  = écart-type de la variable X ;  $S_y$  = écart-type de la variable Y ;  $X_i$  = score du participant i à la variable X ;  $\bar{X}$  = moyenne des scores de l'échantillon total à la variable X ;  $Y_i$  = score du participant i à la variable Y ;  $\bar{Y}$  = moyenne des scores de l'échantillon total à la variable Y.*

**Équation 1:** Formule du coefficient de corrélation de Bravais-Pearson

#### 4.14.2. Régression linéaire simple

La régression simple est une technique statistique consistant à déterminer l'effet direct d'une variable indépendante X donnée sur une variable dépendante Y. Elle a pour but de faire des prévisions sur la variable dépendante lorsque la variable indépendante est mesurée. De manière générale, le modèle de la régression linéaire simple se présente sous la forme suivante :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \mathcal{E}$$

*Notes : Y est la variable dépendante ;  $\beta_0$  est l'ordonnée à l'origine ;  $\beta_1$  est la pente de la droite de régression (c'est le coefficient de régression) ; X est la variable indépendante et  $\mathcal{E}$  est une erreur aléatoire.*

**Équation 2:** Formule de la droite de régression (régression linéaire simple)

#### **4.14.3. Analyse de surface de réponse**

L'analyse de surface de réponse est une approche statistique de plus en plus populaire pour étudier les hypothèses de congruence ou de différence (Edwards, 1994, 2002 ; Edwards et Parry, 1993 ; Edwards, 2007 ; Humberg, Nestler, et al., 2018 ; Nestler et al., 2015 ; Schönbrodt, 2016). C'est en effet un outil analytique basé sur l'estimation d'un modèle de régression qui prédit la variable de résultat potentiel d'une variable (par exemple la volition) à partir des deux variables prédictives x et y (par exemple la motivation et le profil entrepreneurial).

## CHAPITRE 5 : PRÉSENTATION DES DONNÉES ET ANALYSE DES RÉSULTATS

Ce chapitre a pour objectif de présenter les résultats obtenus à l'issue de l'enquête. Cette démarche se fera en deux volets dont l'un descriptif et l'autre inférentiel. Le premier portera sur la synthèse des réponses des participants sur les variables étudiées. Le deuxième permettra de tester les hypothèses de recherche formulées antérieurement.

### 5.1. Analyse descriptive

Cette section servira à la description des résultats relatifs au profil entrepreneurial, à la motivation entrepreneuriale et aux capacités volitives.

#### 5.1.1. Description du profil entrepreneurial

Cette subdivision est consacrée à la présentation des profils des entrepreneurs ayant participé à l'enquête. Il s'agira concrètement de dévoiler les caractéristiques inhérentes aux entrepreneurs par nécessité et par opportunité rencontrés dans le cadre de cette étude.

##### 5.1.1.1. Profil entrepreneurial

Le tableau ci-dessous indique la répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial. Il en ressort que des 201 entrepreneurs enquêtés, 135 sont des entrepreneurs par opportunité. Ce qui signifie que 67.2% de la population interrogée a révélé avoir été attiré par l'auto-emploi. En revanche, 66 entrepreneurs (32.8%) ont un profil de nécessité puisqu'ils ont attesté s'être engagés sur la voix créatrice par contrainte.

**Tableau 23:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial

	EO	EN	$\Sigma$
N	135	66	201
%	67.2%	32.8%	100%

Notes :  $\Sigma$ =total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

### 5.1.1.2. Profil entrepreneurial et sexe

Le tableau ci-après indique la répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et leur sexe. Il en ressort que des 135 entrepreneurs par opportunité recensés, 70 sont des hommes (51.9%) et 66 appartiennent au genre féminin (48.1%). En revanche, 21 participants ayant été contraints à entreprendre sont des hommes (31.8%) et 45 sont des femmes (68.2%).

**Tableau 24:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et leur sexe

Sexe	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>Homme</b>	70	51.9%	21	31.8%
<b>Femme</b>	65	48.1%	45	68.2%
$\Sigma$	136	100%	65	100%

Notes :  $\Sigma$ =total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

### 5.1.1.3. Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et l'âge

L'examen du tableau 25 indique que 28 entrepreneurs par opportunité (20.7%) et 24 entrepreneurs par nécessité (36.4%) ont un âge compris entre 20 et 30 ans. La tranche d'âge comprise entre 30 et 40 ans est celle qui semble compter les plus de participants car l'on y dénombre 52 entrepreneurs *pull* (38.5%) et 26 entrepreneurs *push* (39.4%). 28 entrepreneurs par opportunité (20.7%) et 14 entrepreneurs par nécessité (21.2%) ont un âge compris entre 40 et 50 ans. Enfin, 27 entrepreneurs par opportunité (20.0%) et 2 entrepreneurs par nécessité (3.0%) sont âgés de plus de 50 ans.

**Tableau 25:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et l'âge

Age	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>20-30 ans</b>	28	20.7%	24	36.4%
<b>30-40 ans</b>	52	38.5%	26	39.4%
<b>40-50 ans</b>	28	20.7%	14	21.2%
<b>&gt;50ans</b>	27	20.0%	2	3.0%
<b>Σ</b>	135	100%	66	100%

Notes :  $\Sigma$ =total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

#### 5.1.1.4.Profil entrepreneurial et la situation matrimoniale

Le tableau ci-après présente la répartition des participants en fonction de leur profil entrepreneurial et de de leur situation matrimoniale. Il apparait que les entrepreneurs mariés semblent être les plus nombreux car l'on dénombre dans cette catégorie 59 entrepreneurs par opportunité (43.7%) et 22 entrepreneurs par nécessité (33.3%) ayant déclarés être mariés. En revanche, les entrepreneurs célibataires sont au nombre de 13 (9.6%) pour le profil d'opportunité et 18 (27.3%) pour le profil de nécessité. Quant aux créateurs en union libre, 42 (31.1%) sont des entrepreneurs par opportunité et 21 des entrepreneurs par nécessité (31.8%). Enfin, 21 entrepreneurs par opportunité (15.6%) sont divorcés contre 5 entrepreneurs par nécessité (7.6%).

**Tableau 26:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la situation matrimoniale

Situation matrimoniale	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>Célibataire</b>	13	9.6%	18	27.3%
<b>Marié(e)</b>	59	43.7%	22	33.3%
<b>Union libre</b>	42	31.1%	21	31.8%
<b>Divorcé(e)</b>	21	15.6%	5	7.6%
<b>Σ</b>	135	100%	66	100%

Notes : Σ=total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

#### 5.1.1.5. Profil entrepreneurial et le niveau d'étude

Le tableau ci-après présente la répartition des répondants en fonction de leur profil et de leur niveau d'étude. Il en ressort que de tous les entrepreneurs ayant pris part à l'enquête, seuls les entrepreneurs par opportunités, soit 16 au total ont déclarés avoir un niveau d'étude équivalent au CEP (11.9%). Pourtant, 23 entrepreneurs par opportunité (17.0%) sont titulaires d'un BEPC/CAP contre 11 entrepreneurs par nécessité (16.7%) pour le même niveau d'étude. Tandis que 21 entrepreneurs par opportunité (15.6%) sont des bacheliers et 12 entrepreneurs par nécessité également (18.2%). Pour ce qui est de la licence, 19 entrepreneurs volontaires (14.1%) et 19 entrepreneurs contraints (28.8%) en sont titulaire. Concernant le niveau d'étude équivalent au BAC+5 (Master/DEA), outre le fait que c'est le niveau qui semble contenir le plus d'entrepreneurs, il est constitué de 40 entrepreneurs par opportunité (29.6%) et 22 entrepreneurs par nécessité (33.3%). Quant au doctorat, seuls 9 participants ont été recensés et ils appartiennent tous à au profil entrepreneurial d'opportunité, soit une proportion de 6.7% de

l'échantillon. Enfin 7 (5.2%) entrepreneurs par opportunité et 2 (3.0%) entrepreneurs par nécessité ont déclaré n'avoir aucun niveau d'étude.

**Tableau 27:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et le niveau d'étude

Niveau d'étude	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>CEP</b>	16	11.9%	0	0%
<b>BEPC/CAP</b>	23	17.0%	11	16.7%
<b>BAC</b>	21	15.6%	12	18.2%
<b>BAC+3 (Licence)</b>	19	14.1%	18	28.8%
<b>BAC+5(Master/DEA)</b>	40	29.6%	22	33.3%
<b>BAC+8(Doctorat)</b>	9	6.7%	0	0%
<b>Aucun</b>	7	5.2%	2	3.0%
<b>Σ</b>	135	100%	66	100%

*Notes : CEP= certificat d'études primaires ; BEPC= brevet d'étude du premier cycle ; CAP= certificat d'aptitude professionnel ; BAC= baccalauréat ; Σ=total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence*

#### **5.1.1.6. Profil entrepreneurial et domaine d'activité**

Le tableau 28 indique la répartition des répondants suivant le profil entrepreneurial et le domaine d'activité. Il en ressort que 12 (8.9%) entrepreneurs par opportunité et 4 (6.1%) par nécessité exercent dans le domaine agricole. 22 (16.3%) entrepreneurs par opportunité et 3

(4.5%) ont investi dans le domaine de l'élevage. 4 entrepreneurs par opportunité (3%) exercent dans le domaine de la mécanique automobile. 2 entrepreneurs par opportunité (1.5%) sont des promoteurs dans le domaine alimentaire. 20 (14.8%) entrepreneurs par opportunité et 1 entrepreneur par nécessité (1.5%) exercent dans le domaine touristique. 7 entrepreneurs par opportunité (5.2%) et 3 entrepreneurs par nécessité (4.5%) appartiennent au milieu de la santé. 26 entrepreneurs par opportunité (19.3%) et 26 entrepreneurs par nécessité (39.4%) sont des créateurs du domaine commercial. 34 (25.2%) entrepreneurs par opportunité et 28 (42.4%) sont des prestataires de services. Enfin 8 (5.9%) entrepreneurs par opportunité et 1 entrepreneur par nécessité (1.5%) exercent dans le domaine éducatif.

Tableau 28: Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et le domaine d'activité

Domaine d'activité	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>Agricole</b>	12	8.9%	4	6.1%
<b>Elevage</b>	22	16.3%	3	4.5%
<b>Mécanique</b>	4	3%	0	.0%
<b>Alimentaire</b>	2	1.5%	0	.0%
<b>Touristique</b>	20	14.8%	1	1.5%
<b>Santé</b>	7	5.2%	3	4.5%
<b>Commercial</b>	26	19.3%	26	39.4%
<b>Services</b>	34	25.2%	28	42.4%
<b>Education</b>	8	5.9%	1	1.5%
$\Sigma$	135	100%	66	100%

Notes :  $\Sigma$ =total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

### 5.1.1.7.Profil entrepreneurial et la région d'origine

Le tableau ci-dessous indique la répartition des entrepreneurs en fonction de leur profil et de leur région d'origine. Ainsi, 2 (.9%) entrepreneurs par opportunité et 1 (.4%) entrepreneur par nécessité sont originaires de l'Adamaoua. 40 (19.9%) entrepreneurs par opportunité et 22 (10.9%) entrepreneurs par nécessité sont originaires de la région du Centre. 2 entrepreneurs par opportunité (.9%) sont originaires de la région de l'Est. 1 entrepreneur par opportunité (.4%) est originaire de la région du Littoral. 4 (1.9%) entrepreneurs par opportunité et 3 (1.4%) entrepreneurs par nécessité sont originaires de la région du Nord. 1 (.4%) entrepreneur est originaire de la région du Nord-Ouest. 66 (32.8%) entrepreneurs par opportunité et 30 (14.9%) entrepreneurs par nécessité sont originaires de la région de l'Ouest. Enfin, 20 (9.9%) entrepreneurs par opportunité et 9 (4.4%) sont originaires de la région du Sud.

**Tableau 29:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la région d'origine

Région d'origine	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>Adamaoua</b>	2	.9%	1	.4%
<b>Centre</b>	40	19.9%	22	10.9%
<b>Est</b>	2	.9%	0	0%
<b>Littoral</b>	0	0%	1	.4%
<b>Nord</b>	4	1.9%	3	1.4%
<b>Nord-Ouest</b>	1	.4%	0	0%
<b>Ouest</b>	66	32.8%	30	14.9 %

<b>Sud</b>	20	9.9%	9	4.4%
<b>Σ</b>	135	100%	66	100%

Notes : Σ= total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

#### 5.1.1.8. Profil entrepreneurial et religion

Le tableau ci-après présente la répartition de participants suivant leur profil entrepreneurial et leur religion. Il en ressort qu'un entrepreneur par opportunité est adventiste (0.7%) et aucun entrepreneur par nécessité n'appartient à cette obédience religieuse. 87 entrepreneurs par opportunité (64.4%) et 42 entrepreneurs par nécessité (63.6%) sont des catholiques. 20 entrepreneurs par opportunité (14.8%) et 9 entrepreneurs par nécessité (13.6%) sont protestants. 7 entrepreneurs par opportunité (5.2%) et 3 entrepreneurs par nécessité (4.5%) sont des musulmans. 10 entrepreneurs par opportunité (7.4%) et 2 entrepreneurs par nécessité (3.0%) sont des pentecôtistes. Enfin, il y a 10 entrepreneurs par opportunité (7.4%) et 10 entrepreneurs par nécessité (15.2%) qui ont déclaré n'appartenir à aucune religion.

**Tableau 30:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la religion

<b>Religion</b>	<b>EO</b>		<b>EN</b>	
	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Adventiste</b>	1	0.7%	0	.0%
<b>Catholique</b>	87	64.4%	42	63.6%
<b>Protestant</b>	20	14.8%	9	13.6%
<b>Musulman</b>	7	5.2%	3	4.5%
<b>Pentecôtiste</b>	10	7.4%	2	3.0%

<b>Aucun</b>	10	7.4%	10	15.2%
$\Sigma$	135	100%	66	100%

Notes :  $\Sigma$ =total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence

### 5.1.1.9.Profil entrepreneurial et typologie des entreprises

Le tableau ci-après indique la répartition des entrepreneurs suivant leur profil et la typologie de leurs entreprises. Ainsi ; il en ressort que 108 (80.0%) entrepreneurs par opportunité et 53 (80.3%) entrepreneurs par nécessité sont propriétaires de petites entreprises. 24 (17.8%) entrepreneurs par opportunité et 11 (16.7%) entrepreneurs par nécessité sont propriétaires de moyennes entreprises. Enfin 3 (2.2%) entrepreneurs par opportunité et 2 (2.5%) entrepreneurs par nécessité.

**Tableau 31:** Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et la typologie de leur entreprise

Typologie de l'entreprise	EO		EN	
	N	%	N	%
<b>PE</b>	108	80.0%	53	80.3%
<b>ME</b>	24	17.8%	11	16.7%
<b>GE</b>	3	2.2%	2	3.0%
$\Sigma$	135	100%	66	100%

Notes : PE= petite entreprise ; ME= moyenne entreprise ; GE= grande entreprise ;  $\Sigma$ =total ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ; N= effectif ; %= fréquence.

### 5.1.2. Description de la motivation entrepreneuriale

La description de la motivation entrepreneuriale met en exergue ses quatre modalités à savoir la motivation au succès professionnel, la motivation au succès social, la motivation prosociale et la motivation à l'innovation.

#### 5.1.2.1. La motivation au succès professionnel

Le tableau ci-après indique que le score moyen enregistré dans l'évaluation de la motivation au succès professionnel auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 4.6. Ce score est largement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude désirent par exemple exercer une profession utile. La dispersion des scores autour de cette moyenne est légèrement élevée au regard de la valeur de l'écart-type ( $E-T = .43$ ). On note néanmoins un grand écart entre le score minimum ( $Min = 1.00$ ) et le score maximum ( $Max = 5.00$ ) enregistrés sur cette échelle.

**Tableau 32:** Statistiques descriptives de la motivation au succès professionnel

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>SP</b>	201	1.00	5.00	4.6	.43

*Notes : SP= Motivation au succès professionnel ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

#### 5.1.2.2. La motivation au succès social

Le tableau ci-après indique que le score moyen enregistré dans l'évaluation de la motivation au succès social auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 4.47. Ce score est largement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude désirent par exemple être des personnes respectées socialement. La dispersion des scores autour de cette moyenne est faible au regard de la valeur de l'écart-type ( $E-T = .64$ ). On note un grand écart entre le score minimum ( $Min = 1.88$ ) et le score maximum ( $Max = 5.00$ ) enregistrés sur cette échelle.

**Tableau 33:** Statistiques descriptives de la motivation au succès social

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>SS</b>	201	1.88	5.00	4.47	.64

*Notes : SS = Motivation au succès social ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

### 5.1.2.3. La motivation prosociale

Le tableau ci-après indique que le score moyen enregistré dans l'évaluation de la motivation prosociale auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 4.2. Ce score est largement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude désirent par exemple être des personnes appréciées par les autres. La dispersion des scores autour de cette moyenne est légèrement élevée au regard de la valeur de l'écart-type (E-T = .76). On note néanmoins un grand écart entre le score minimum (Min = 1.83) et le score maximum (Max = 5.00) enregistrés sur cette échelle.

**Tableau 34:** Statistiques descriptives de la motivation prosociale

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>PROS</b>	201	1.83	5.00	4.2	.76

*Notes : PROS = Motivation prosociale ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

### 5.1.2.4. La motivation à l'innovation

Le tableau ci-après indique que le score moyen enregistré dans l'évaluation de la motivation à l'innovation auprès des 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 4.34. Ce score est largement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude désirent par exemple créer quelque chose de nouveau dans leur travail. La dispersion des scores autour de cette moyenne est légèrement élevée au regard de la valeur de l'écart-type (E-T = 1.1). On note un grand

écart entre le score minimum (Min = 1.00) et le score maximum (Max = 5.00) enregistrés sur cette échelle.

**Tableau 35:** Statistiques descriptives de la motivation à l'innovation

	N	Min	Max	M	E-T
<b>INN</b>	201	1.00	5.00	4.34	1.1

*Notes : INN = motivation à l'innovation ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

### 5.1.3. Description de la mobilisation des capacités volitives

Cette section présente les résultats obtenus à la suite de l'évaluation de chaque capacité volitive. Il sera ainsi présenté tour à tour les données portant sur l'automotivation, l'autodétermination, la résistance à l'incertitude, la prise d'initiative, le contrôle, l'orientation vers l'action et la concentration.

#### 5.1.3.1.La capacité volitive d'autodétermination

**Tableau 36:** Statistiques descriptives de l'autodétermination

	N	Min	Max	M	E-T
<b>ADET</b>	201	2.00	3.00	2.44	.41

*Notes : ADET = Autodétermination ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

Le score moyen enregistré dans l'évaluation de l'autodétermination auprès des 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.44. Ce score est légèrement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude considèrent par exemple qu'ils parviennent à la réalisation des objectifs qu'ils se fixent dans leur travail. La dispersion des scores autour de cette moyenne est faible au regard de la valeur de l'écart-type (E-T = .41). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum (Min = 2.00) et le score maximum (Max = 3.00) enregistrés sur cette échelle.

#### 5.1.3.2.La capacité volitive d'automotivation

Tableau 37: Statistiques descriptives de l'automotivation

<b>AMOT</b>	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
	201	1.00	3.00	2.17	.35

*Notes : AMOT = Automotivation ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

Le tableau-ci-dessus indique le score moyen enregistré dans l'évaluation de l'autodétermination auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.17. Ce score est légèrement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude savent comment se remotiver lorsque leur enthousiasme baisse. La dispersion des scores autour de cette moyenne est relativement faible au regard de la valeur de l'écart-type (E-T = .35). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum (Min = 1.00) et le score maximum (Max = 3.00) enregistrés sur cette échelle.

### 5.1.3.3. La capacité volitive de résistance à l'incertitude

Tableau 38: Statistiques descriptives de la résistance à l'incertitude

<b>RELAX</b>	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
	201	1.00	3.00	2.91	.36

*Notes : RELAX = Résistance à l'incertitude ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type*

Le score moyen enregistré dans l'évaluation de la résistance à l'incertitude auprès des 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.91. Ce score est supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude considèrent par exemple qu'ils savent exactement comment réduire leur anxiété. La dispersion des scores autour de cette moyenne est relativement faible au regard de la valeur de l'écart-type (E-T = .36). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum (Min = 1.00) et le score maximum (Max = 3.00) enregistrés sur cette échelle.

### 5.1.3.4. La capacité volitive de contrôle de l'action

**Tableau 39:** Statistiques descriptives du contrôle de l'action

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>CONT</b>	201	1.66	3.00	2.41	.43

*Notes : CONT = Contrôle de l'action ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

Le tableau-ci-dessus indique le score moyen enregistré dans l'évaluation du contrôle de l'action auprès des 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.41. Ce score est légèrement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude disent par exemple avoir établi un plan d'action pour la concrétisation de leur projet professionnel. La dispersion des scores autour de cette moyenne est relativement faible au regard de la valeur de l'écart-type (E-T = .43). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum (Min = 1.66) et le score maximum (max = 3.00) enregistrés sur cette échelle.

### 5.1.3.5. La capacité volitive d'initiative

**Tableau 40:** Statistiques descriptives de l'initiative

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>INIT</b>	201	2.00	3.00	2.42	.34

*Note : INIT=Initiative ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

Le tableau-ci-dessus indique le score moyen enregistré dans l'évaluation de l'initiative auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.42. Ce score est légèrement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude déclarent par exemple que lorsqu'ils ont quelque chose à faire, ils le font sans hésitation. La dispersion des scores autour de cette moyenne est relativement faible au regard de la valeur de l'écart-type (E-T =.34). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum (Min = 2.00) et le score maximum (Max = 3.00) enregistrés sur cette échelle.

### 5.1.3.6. La capacité volitive d'orientation vers l'action

Le tableau-ci-dessous indique que le score moyen enregistré dans l'évaluation de l'initiative auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.32. Ce score est légèrement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude déclarent par exemple que lorsqu'ils s'efforcent à atteindre un objectif ils ont la capacité de s'identifier à leurs actions. La dispersion des scores autour de cette moyenne est relativement faible au regard de la valeur de l'écart-type ( $E-T = .34$ ). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum ( $Min = 1.66$ ) et le score maximum ( $Max = 3.00$ ) enregistrés sur cette échelle.

**Tableau 41:** Statistiques descriptives de l'orientation vers l'action

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>ORIE</b>	201	1.66	3.00	2.32	.34

*Notes :* *ORIE=Orientation vers l'action ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

#### 5.1.3.7. La capacité volitive de concentration

**Tableau 42 :** Statistiques descriptives de la concentration

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>M</b>	<b>E-T</b>
<b>CONC</b>	201	1.66	3.00	2.16	.23

*Notes :* *CONC = Concentration ; N= effectif total ; Min= Minimum ; Max=Maximum ; M = Moyenne ; E-T = Ecart-type.*

Le score moyen enregistré dans l'évaluation de la concentration auprès de 201 entrepreneurs interrogés s'élève à 2.16. Ce score est légèrement supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à trois points. Cela signifie que la majorité des entrepreneurs rencontrés au cours de cette étude considèrent que lorsqu'ils travaillent sur leur projet professionnel, ils ne sont pas en mesure de se concentrer sur les aspects positifs de celui-ci. La dispersion des scores autour de cette moyenne est faible au regard de la valeur de l'écart-type ( $E-T = .23$ ). On note néanmoins un écart non négligeable entre le score minimum ( $Min = 1.00$ ) et le score maximum ( $max = 3.00$ ) enregistrés sur cette échelle.

#### **5.1.4. Analyse corrélacionnelle**

Pour mesurer les liens existants entre les différentes variables de la présente étude, le recours à l'analyse des corrélations s'est avéré nécessaire. Les résultats des calculs des corrélations se trouvent dans le tableau 43.

## Matrice de corrélations

Tableau 43: Corrélations

Variables	M	E-T	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>1. SP</b>	4.59978	.436184													
<b>2. PROS</b>	4.20896	.760122	.469**												
<b>3. SS</b>	4.47671	.639948	.682**	.506**											
<b>4. INN</b>	4.33955	1.109646	.647**	.422**	.643**										
<b>5. ADET</b>	2.44444	.412759	.127 <sub>ns</sub>	.265**	.178*	.082 <sub>ns</sub>									
<b>6. AMOT</b>	2.172	.3559	.046 <sub>ns</sub>	.193**	.147*	.086 <sub>ns</sub>	.386**								
<b>7. RELAX</b>	2.19154	.365723	-.015 <sub>ns</sub>	.158*	.173*	.064 <sub>ns</sub>	.573**	.654**							
<b>8. INIT</b>	2.42289	.341152	.187**	.269**	.288**	.246**	.671**	.422**	.463**						
<b>9. CONT</b>	2.41791	.438469	.150*	.185**	.267**	.189**	.804**	.430**	.610**	.792**					
<b>10. CONC</b>	2.16750	.238338	.251**	.074 <sub>ns</sub>	.145*	.252**	.092 <sub>ns</sub>	-.066 <sub>ns</sub>	-.236**	.204**	.236**				
<b>11. ORIE</b>	2.32504	.340649	-.015 <sub>ns</sub>	-.086 <sub>ns</sub>	-.147*	-.121 <sub>ns</sub>	.101 <sub>ns</sub>	.026 <sub>ns</sub>	-.121 <sub>ns</sub>	.336**	.213**	.298**			
<b>12. MOT</b>	4.4062500	.60437836	-.072 <sub>ns</sub>	-.049 <sub>ns</sub>	-.052 <sub>ns</sub>	.007 <sub>ns</sub>	-.060 <sub>ns</sub>	.010 <sub>ns</sub>	-.010 <sub>ns</sub>	-.020 <sub>ns</sub>	-.014 <sub>ns</sub>	.074 <sub>ns</sub>	.016 <sub>ns</sub>		
<b>13. VOL</b>	2.3058517	.24230048	.013 <sub>ns</sub>	-.070 <sub>ns</sub>	.013 <sub>ns</sub>	.074 <sub>ns</sub>	.102 <sub>ns</sub>	.058 <sub>ns</sub>	-.053 <sub>ns</sub>	.115 <sub>ns</sub>	.102 <sub>ns</sub>	.123 <sub>ns</sub>	.134 <sub>ns</sub>	.235*	*

Notes : M = Moyenne ; E-T = Écart-type. \*  $p < .05$  ; \*\*  $p < .01$  ; ns = non significatif. AMOT = Automotivation ; ADET = Autodétermination ; RELAX = Résistance à l'incertitude ; CONT = Contrôle ; INIT = Prise d'initiative ; ORIE = Orientation vers l'action ; CONC = Concentration ; MOT = Motivation ; VOL = Volition.

Le tableau ci-dessus présente les coefficients de corrélations linéaires entre la motivation et la volition, ainsi que de leurs différentes dimensions. Ainsi, il apparaît que la motivation et la volition sont liées ( $r = .235$  ;  $p < .01$ ). Ce qui signifie qu'un entrepreneur qui initie un projet est à même de parvenir à la concrétisation de ce projet, ce, en minimisant les distracteurs et en faisant face aux éventuelles difficultés.

Par ailleurs, l'examen du tableau 43 indique que toutes les dimensions de la volition sont corrélées à au moins une dimension de la motivation. Ainsi, nous constatons que l'autodétermination est liée à la motivation prosociale ( $r = .265$  ;  $p < .01$ ) et à la motivation au succès social ( $r = .178$  ;  $p < .05$ ), ce qui suggère que plus un entrepreneur a la capacité à présenter avec assurance ses objectifs et à savoir comment mettre en œuvre ses ambitions de manière autonome plus il ambitionne une position de pouvoir dans la société. L'automotivation est liée à la motivation prosociale ( $r = .193$  ;  $p < .01$ ) et à la motivation au succès social ( $r = .147$  ;  $p < .05$ ) ce qui révèle que plus un entrepreneur a la capacité à conserver sa motivation élevée plus il souhaite avoir un niveau de vie élevé. La résistance à l'incertitude est liée à la motivation prosociale ( $r = .158$  ;  $p < .05$ ) et à la motivation au succès social ( $r = .173$  ;  $p < .05$ ) ce qui voudrait dire que plus un entrepreneur est à même de réguler son niveau de tension lorsqu'il ressent des émotions négatives plus il désire avoir un niveau de vie élevé. La prise d'initiative est liée à la motivation au succès professionnel ( $r = .187$  ;  $p < .01$ ) à la motivation prosociale ( $r = .269$  ;  $p < .01$ ), à la motivation au succès social ( $r = .288$  ;  $p < .01$ ) et à la motivation à l'innovation ( $r = .246$  ;  $p < .01$ ) ; ce qui implique que plus un entrepreneur a la capacité de réaliser sans hésitation ses objectifs plus il ambitionne exercer une profession intéressante, avoir un revenu élevé, être une personne appréciée et créer quelque chose de nouveau. Le contrôle des actions est lié à la motivation au succès professionnel ( $r = .150$  ;  $p < .05$ ) à la motivation prosociale ( $r = .185$  ;  $p < .01$ ), à la motivation au succès social ( $r = .267$  ;  $p < .01$ ) et à la motivation à l'innovation ( $r = .189$  ;  $p < .01$ ) ; ce qui implique que plus un entrepreneur a la capacité à contrôler ses pensées en faisant preuve de discipline et de rigueur, plus il ambitionne exercer une profession intéressante, avoir un revenu élevé, être une personne appréciée et créer quelque chose de nouveau. La concentration est liée la motivation au succès professionnel ( $r = .251$  ;  $p < .01$ ) et à la motivation à l'innovation ( $r = .252$  ;  $p < .01$ ) ; ce qui indique que plus un entrepreneur est capable d'ignorer ses pensées perturbatrices, les émotions négatives et les impulsions afin de

porter toute son attention exclusivement sur l'objectif plus il souhaite exercer une profession intéressante tout en développant de nouveaux produits ou services.

Toutes ces informations ne nous permettent pas encore de statuer sur l'organisation des capacités volitives en fonction de la motivation et du profil entrepreneurial, une analyse inférentielle s'avère nécessaire à cet effet.

## 5.2. Analyse inférentielle

En vue de compléter l'analyse des corrélations précédente, nous avons procédé à des analyses de régressions simples d'une part, afin de déterminer les effets directs des facteurs de la motivation sur la volition et nous avons effectué une analyse de surface de réponse d'autre part dans le but de vérifier si les effets de la motivation sur la volition varient suivant le profil entrepreneurial.

### 5.2.1. Vérification de la première hypothèse (HO<sub>1</sub>)

Cette hypothèse postule que : *la motivation au succès professionnel a un effet sur la mobilisation des capacités volitives et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial*. La vérification de cette hypothèse appelle à la réalisation de plusieurs analyses statistiques.

**Tableau 44:** Régression linéaire simple de la motivation au succès professionnel sur la volition

Variables	<i>T</i>	<i>p</i>	<i>β</i>
Volition	2.080	.039	
SP			.146

Notes : SP= motivation au succès professionnel ;  $\beta$  = coefficient de régression béta ;  $p < .001$

Cette analyse vise à tester l'hypothèse selon laquelle *la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition*. Les deux variables ont été évaluées à l'aide d'échelles numériques, nous avons logiquement choisi de réaliser une analyse de régression linéaire pour tester cette hypothèse. Ainsi, pour vérifier que la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition, nous avons effectué une analyse de régression simple.

Les résultats montrent que l'effet de la motivation au succès professionnel sur la volition est bien réel ( $\beta = .146$ ;  $t = 2.08$ ;  $p = .039$ ). Ce qui voudrait concrètement dire que le fait pour un entrepreneur de souhaiter exercer une profession intéressante dans laquelle il pourra développer ses capacités présage de son aptitude à mener un projet à exécution tout en

minimisant les distracteurs et en bravant les difficultés auxquelles il pourrait faire face. Il apparait de ce fait que la volition augmente avec la motivation au succès.

Afin de vérifier si cet effet est fonction du profil entrepreneurial, les comparaisons des moyennes des entrepreneurs par opportunité et des entrepreneurs par nécessité pour ce qui est de l'expression de la motivation au succès professionnel et la volition ont été réalisées. Ainsi, les tableaux ci-après indiquent que les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité ont d'une part, un niveau de motivation au succès professionnel équivalent ( $t_{(199)} = -.249$  ;  $p = .827$ ) ; ainsi qu'un niveau de volition statistiquement identique ( $t_{(199)} = .542$  ;  $p = .588$ ) d'autre part.

**Tableau 45:** Répartition de la motivation au succès professionnel suivant le profil entrepreneurial

PE	N	$\bar{X}$	E-T	t	Ddl	P
EO	135	4.595	.389			
EN	66	4.609	.521	-.219	199	.827
$\Sigma$	201	4.599	.436			

*Notes : PE= profil entrepreneurial ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ;  $\Sigma$ = total ; N= effectif ;  $\bar{X}$ = moyenne ; E-T= écart-type ; t= t de Student ; ddl= degré de liberté ; p= significativité statistique du test.*

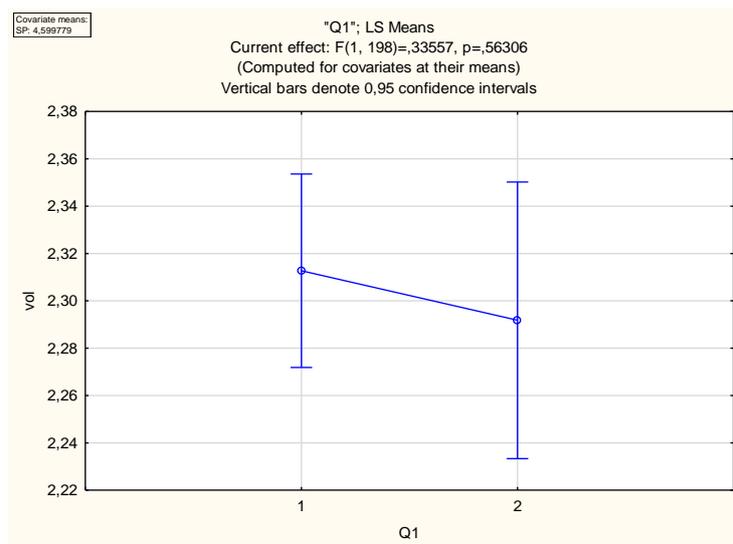
**Tableau 46:** répartition de la volition suivant le profil entrepreneurial

PE	N	$\bar{X}$	E-T	t	Ddl	p
EO	135	2.312	.241			
EN	66	2.292	.244	.542	199	.588
$\Sigma$	201	2.305	.242			

*Notes : PE= profil entrepreneurial ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ;  $\Sigma$ = total ; N= effectif ;  $\bar{X}$ = moyenne ; E-T= écart-type ; t= t de Student ; ddl= degré de liberté ; p= significativité statistique du test.*

Toutefois, pour s'assurer que l'effet de la motivation au succès professionnel sur la volition varie en fonction du profil entrepreneurial, nous avons logiquement mobilisé la

technique de la surface de réponse statistique qui autorise le croisement entre les variables continue et nominale dont on recherche l'effet d'interaction sur une variable dépendante continue. Le graphique de la figure ci-dessous montre que l'effet de la motivation au succès professionnel sur la volition ne varie pas suivant le profil entrepreneurial ( $F_{(1,198)} = .335; p = .563$ ).



### ➤ Conclusion statistique sur l'hypothèse HO<sub>1</sub>

La vérification de cette hypothèse révèle que la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition, toutefois, cet effet ne varie pas suivant le profil entrepreneurial. De ce fait, l'hypothèse HO<sub>1</sub> est partiellement vérifiée.

### 5.2.2. Vérification de la deuxième hypothèse (HO<sub>2</sub>)

Cette hypothèse stipule que : *la motivation au succès social a un effet sur la mobilisation des capacités volitives et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial*. La vérification de cette hypothèse appelle à la réalisation de plusieurs analyses statistiques.

**Tableau 47:** régression linéaire simple de la motivation au succès social sur la volition

Variables	<i>T</i>	<i>p</i>	<i>β</i>
Volition	3.319	.001	
SS			.229

Notes : SS= motivation au succès social ;  $\beta$  = coefficient de régression béta ;  $p < .001$

Cette analyse vise à tester une hypothèse selon laquelle *la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition*. Les deux variables ont été évaluées à l'aide d'échelles numériques, nous avons logiquement choisi de réaliser une analyse de régression linéaire pour tester cette hypothèse. Ainsi, pour vérifier que la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition, nous avons effectué une analyse de régression simple.

Les résultats montrent que l'effet de la motivation au succès social sur la volition est bien réel ( $\beta = .229; t_{(16,231)} = 3.319; p = .001$ ). Ce qui voudrait dire que le fait qu'un individu se maintienne en entrepreneuriat parce qu'il aimerait exercer une profession qui a du succès et qui lui permette d'atteindre une position de pouvoir tout en ayant un revenu élevé justifie sa propension à exécuter un projet en minimisant les distracteurs et en bravant les difficultés qu'il pourrait rencontrer. Il apparait de ce fait que la volition augmente avec la motivation au succès social.

Afin de vérifier si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial, les comparaisons des moyennes des entrepreneurs par opportunité et des entrepreneurs par nécessité pour ce qui est de l'expression de la motivation au succès social. Ainsi, les tableaux ci-après indiquent que les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité ont d'une part, un niveau de motivation prosociale équivalent ( $t_{(199)} = -.411 ; p = .682$ ).

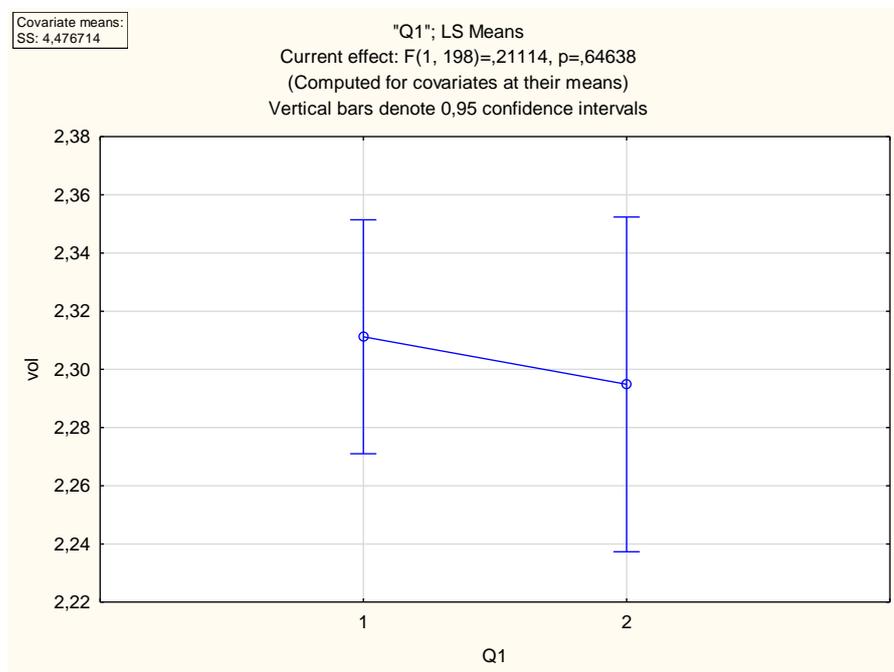
**Tableau 48:** répartition de la motivation au succès social suivant le profil entrepreneurial

PE	N	$\bar{X}$	$\Sigma$	T	Ddl	p
EO	135	4.489	.623			
EN	66	4.450	.675	.411	199	.682
$\Sigma$	201	4.476	.639			

*Notes : PE= profil entrepreneurial ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ;  $\Sigma$ = total ; N= effectif ;  $\bar{X}$ = moyenne ;  $\sigma$ = écart-type ; t= t de Student ; ddl= degré de liberté ; p < .001.*

Toutefois, pour s'assurer que l'effet de la motivation au succès social sur la volition varie en fonction du profil entrepreneurial, nous avons logiquement mobilisé la technique de la surface de réponse statistique qui autorise le croisement entre les variables continue et nominale dont on recherche l'effet d'interaction sur une variable dépendante continue. Le

graphique de la figure ci-dessous montre que l'effet de la motivation au succès professionnel sur la volition ne varie pas suivant le profil entrepreneurial ( $F_{(1,198)} = .211$ ;  $p = .646$ ).



### ➤ Conclusion statistique sur l'hypothèse HO<sub>2</sub>

La vérification de cette hypothèse révèle que la motivation au succès social a un effet sur la volition, toutefois, cet effet ne varie pas suivant le profil entrepreneurial. De ce fait, l'hypothèse HO<sub>3</sub> est partiellement vérifiée.

### 5.2.3. Vérification de la troisième hypothèse (HO<sub>3</sub>)

Cette hypothèse stipule que : *la motivation prosociale a un effet sur la mobilisation des capacités volitives et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial*. La vérification de cette hypothèse appelle à la réalisation de plusieurs analyses statistiques.

**Tableau 49:** régression linéaire simple de la motivation prosociale sur la volition

Variables	<i>T</i>	<i>P</i>	<i>β</i>
<b>Volition</b>	3.400	.001	
<b>PROS</b>			.234

Notes : PROS= motivation prosociale ;  $\beta$  = coefficient de régression béta ;  $p$  = significativité statistique du test

Cette analyse vise à vérifier l'hypothèse selon laquelle *la motivation prosociale a un effet sur la volition*. Les deux variables ont été évaluées à l'aide d'échelles numériques, nous avons logiquement choisi de réaliser une analyse de régression linéaire pour tester cette hypothèse. Ainsi, pour vérifier que la motivation prosociale a un effet sur la volition, nous avons effectué une analyse de régression simple.

Les résultats montrent que l'effet de la motivation prosociale sur la volition est bien réel ( $\beta = .234$  ;  $t = 3.400$  ;  $p = .001$ ). Ce qui voudrait dire que le fait qu'un individu se maintienne dans le domaine entrepreneurial parce qu'il ambitionne aider les gens à travers les services ou produits qu'il propose d'une part et qu'il désire être une personne appréciée d'autre part, implique que cet individu est apte à mener un projet à exécution tout en minimisant les distracteurs et en bravant les difficultés auxquelles il pourrait faire face. Il apparait de ce fait que la volition augmente avec la motivation prosociale.

Afin de vérifier si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial, les comparaisons des moyennes des entrepreneurs par opportunité et des entrepreneurs par nécessité pour ce qui est de l'expression de la motivation prosociale. Ainsi, les tableaux ci-après indiquent que les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité ont d'une part, un niveau de motivation prosociale équivalent ( $t_{(199)} = -1.079$  ;  $p = .282$ ).

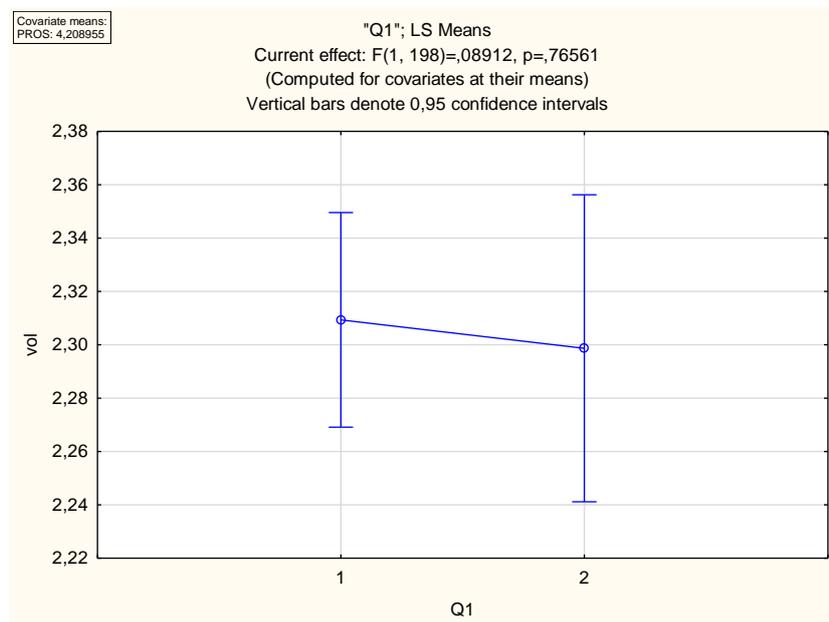
**Tableau 50:** répartition de la motivation prosociale suivant le profil entrepreneurial

PE	N	$\bar{X}$	E-T	T	Ddl	p
EO	135	4.249	.693			
EN	66	4.126	.881	1.079	199	.282
$\Sigma$	201	4.208	.76			

*Notes : PE= profil entrepreneurial ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ;  $\Sigma$ = total ; N= effectif ;  $\bar{X}$ = moyenne ;  $\sigma$ = écart-type ; t= t de Student ; ddl= degré de liberté ;  $p < .001$ .*

Toutefois, pour s'assurer que l'effet de la motivation prosociale sur la volition varie en fonction du profil entrepreneurial, nous avons logiquement mobilisé la technique de la surface de réponse statistique qui autorise le croisement entre les variables continue et nominale dont on recherche l'effet d'interaction sur une variable dépendante continue. Le graphique de la

figure ci-dessous montre que l'effet de la motivation au succès professionnel sur la volition ne varie pas suivant le profil entrepreneurial ( $F_{(1,198)} = .089; p = .765$ ).



### ➤ Conclusion statistique sur l'hypothèse HO<sub>3</sub>

La vérification de cette hypothèse révèle que la motivation prosociale a un effet sur la volition, toutefois, cet effet ne varie pas suivant le profil entrepreneurial. De ce fait, l'hypothèse HO<sub>2</sub> est partiellement vérifiée.

#### 5.2.4. Vérification de la quatrième hypothèse (HO<sub>4</sub>)

Cette hypothèse stipule que : *la motivation à l'innovation a un effet sur la mobilisation des capacités volitives et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial*. La vérification de cette hypothèse appelle à la réalisation de plusieurs analyses statistiques.

**Tableau 51:** régression linéaire simple de la motivation à l'innovation sur la volition

Variables	<i>T</i>	<i>p</i>	<i>β</i>
Volition	2.302	.022	
INN			.161

Notes : INN= motivation à l'innovation ;  $\beta$  = coefficient de régression bêta ;  $p < .001$

Cette analyse vise à tester l'hypothèse selon laquelle *la motivation à l'innovation a un effet sur la volition*. Les deux variables ont été évaluées à l'aide d'échelles numériques, nous

avons logiquement choisi de réaliser une analyse de régression linéaire pour tester cette hypothèse. Ainsi, pour vérifier que la motivation à l'innovation a un effet sur la volition, nous avons effectué une analyse de régression simple.

Les résultats montrent que l'effet de la motivation à l'innovation sur la volition est bien réel ( $\beta = .161$ ;  $t_{(31,472)} = 2.302$ ;  $p = .022$ ). Ce qui implique concrètement qu'un individu qui se maintient en entrepreneuriat parce qu'il souhaite rendre le monde meilleur en exprimant ses idées par le biais de la découverte ou la création de nouveaux produits/services est fortement enclin à exécuter un projet en minimisant les distracteurs et en bravant les difficultés qu'il pourrait rencontrer. Il apparaît de ce fait que la volition augmente avec la motivation à l'innovation.

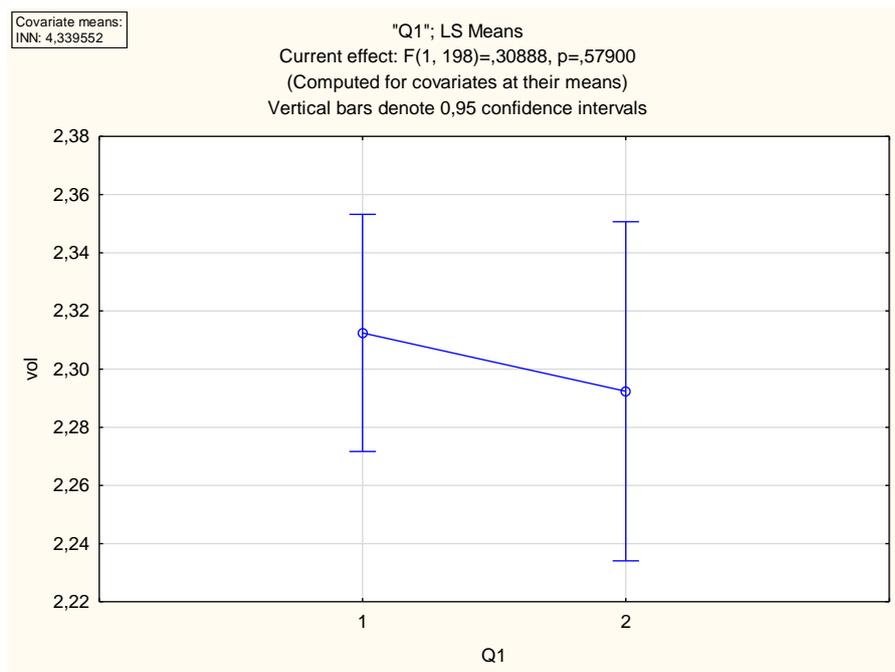
Afin de vérifier si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial, les comparaisons des moyennes des entrepreneurs par opportunité et des entrepreneurs par nécessité pour ce qui est de l'expression de la motivation prosociale. Ainsi, les tableaux ci-après indiquent que les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité ont d'une part, un niveau de motivation prosociale équivalent ( $t_{(199)} = -.46$  ;  $p = .962$ ).

**Tableau 52:** répartition de la motivation prosociale suivant le profil entrepreneurial

PE	N	$\bar{X}$	E-T	t	Ddl	P
EO	135	4.337	1.148			
EN	66	4.344	1.033	-.046	199	.962
$\Sigma$	201	4.339	1.109			

*Notes : PE= profil entrepreneurial ; EO= entrepreneur par opportunité ; EN= entrepreneur par nécessité ;  $\Sigma$ = total ; N= effectif ;  $\bar{X}$ = moyenne ;  $\sigma$ = écart-type ; t= t de Student ; ddl= degré de liberté ;  $p < .001$ .*

Toutefois, pour s'assurer que l'effet de la motivation à l'innovation sur la volition varie en fonction du profil entrepreneurial, nous avons logiquement mobilisé la technique de la surface de réponse statistique qui autorise le croisement entre les variables continue et nominale dont on recherche l'effet d'interaction sur une variable dépendante continue. Le graphique de la figure ci-dessous montre que l'effet de la motivation à l'innovation sur la volition ne varie pas suivant le profil entrepreneurial ( $F_{(1,198)} = .308$ ;  $p = .579$ ).



➤ **Conclusion statistique sur l'hypothèse HO<sub>4</sub>**

La vérification de cette hypothèse révèle que la motivation à l'innovation a un effet sur la volition, toutefois, cet effet ne varie pas suivant le profil entrepreneurial. De ce fait, l'hypothèse HO<sub>4</sub> est partiellement vérifiée.

## CHAPITRE 6 : DISCUSSION DES RESULTATS

Notre étude avait pour objectif de vérifier si la motivation entrepreneuriale exerçait un effet sur l'expression du construit de volition et si cet effet variait suivant le profil de l'entrepreneur. Autrement dit, il s'agissait d'examiner d'une part si la motivation entrepreneuriale exerce une influence sur la volition et d'autre part nous souhaitions savoir si cette influence diffèrait chez les entrepreneurs par opportunité et chez les entrepreneurs par nécessité. Pour ce faire, nous avons mené une enquête auprès de 201 entrepreneurs exerçant dans la ville de Yaoundé. Les résultats obtenus ont fait l'objet d'une analyse de régression simple avec méthode de surface de réponse à l'issue de laquelle l'effet postulé de la motivation entrepreneuriale sur la volition a pu être vérifiée mais sans influence du profil entrepreneurial.

Il sera question dans le présent chapitre de discuter les résultats obtenus à la lumière des études ayant servi à l'élaboration théorique de ce mémoire. Ensuite seront relevées les limites de l'étude enfin les pistes de recherche ultérieures cloront le chapitre.

### 6.1. Discussion des résultats selon les hypothèses de l'étude

Cette section est réservée à la discussion des résultats des quatre hypothèses opérationnelles formulées *supra*.

#### 6.1.1. Discussion des résultats de la première hypothèse opérationnelle (HO<sub>1</sub>)

La première hypothèse postule que la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Cette hypothèse est en partie validée car les résultats obtenus attestent de l'influence de la motivation au succès professionnel sur la volition, toutefois, cette influence ne dépend pas du profil entrepreneurial. Bien qu'à notre connaissance, il n'existe aucune étude portant précisément sur la motivation au succès professionnel et la volition, la littérature regorge tout de même des recherches mettant en lien les construits de motivation et de volition. Ainsi, il apparaît que la motivation et la volition appartiennent à un continuum dans lequel le processus motivationnel a pour but de favoriser la prise de décision en faveur d'un objectif particulier et le processus volitif a pour rôle de maintenir voire renforcer l'engagement envers cet objectif (Heckhausen & Gollwitzer, 1987). Nos résultats vont dans ce sens en ce qu'ils prouvent non seulement que la

motivation et la volition sont liées mais aussi que la motivation exerce une influence sur la volition. Il serait par ailleurs intéressant de mener davantage d'investigations sur la motivation au succès professionnelle en lien avec la motivation. L'une des pistes pourrait résider dans les travaux de Hennequin (2019) qui avance que l'un des critères importants de l'évaluation de la motivation au succès professionnel est la comparaison des objectifs fixés. Pourtant, la fixation des objectifs est le premier stade du processus volitif selon la théorie des phases de l'action de Gollwitzer (1993).

Par ailleurs, la deuxième partie de notre première hypothèse n'a pu être validée car les résultats obtenus ont révélé que l'effet de la motivation au succès sur la volition ne varie pas suivant le profil entrepreneurial. Quoiqu'il n'y ait à notre connaissance aucune recherche mettant en lien directement la motivation au succès, la volition et le profil entrepreneurial, il existe tout de même des études sur la comparaison des objectifs des entrepreneurs par opportunité et des entrepreneurs par nécessité (Giacomin et al., 2016) d'une part et la volition et le profil entrepreneurial d'autre part (Ambela Mendo, 2020). Ainsi, Giacomin et al., (2016) indiquent qu'il existe un net différentiel entre les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité en ce qui concerne la fixation des objectifs professionnels. En effet, les entrepreneurs volontaires souhaitent croître et créer des emplois alors que les entrepreneurs contraints n'ont aucun objectif professionnel. Toutefois, nos résultats pourraient s'expliquer à partir de l'étude comparative de la mobilisation des capacités volitives entre les entrepreneurs par nécessité et les entrepreneurs par opportunité menée par Ambela Mendo (2020). Celle-ci n'a trouvé aucune disparité entre les entrepreneurs volontaires et les entrepreneurs contraints en ce qui concerne l'expression des capacités volitives d'orientation vers l'action et de concentration. Notre étude ayant évalué le construit de volition de manière globale sans le dimensionner, l'on serait tenté de croire que ce sont les capacités volitives susmentionnées qui ont prédominées dans l'évaluation de la volition, ce qui logiquement expliquerait les résultats obtenus.

### **6.1.2. Discussion des résultats de la deuxième hypothèse opérationnelle (HO<sub>2</sub>)**

La deuxième hypothèse postule que la motivation au succès social a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Cette hypothèse est en partie validée car elle les résultats obtenus attestent de l'influence de la motivation au succès sur l'expression de la volition. Ben que nous ne disposons pas d'une étude portant directement que la motivation au succès social et la volition, il existe tout de même des travaux permettant d'expliquer nos résultats. Quoique l'initiation d'une action -motivation- ne certifie pas de et

la volition, il n'est pas surprenant de constater que les individus animés par le désir d'atteindre une position de pouvoir mettent en œuvre des actions leur permettant de réaliser leur objectif. Ce d'autant plus que la motivation entrepreneuriale dans cette étude est appréhendée comme l'ensemble des motifs qui maintiennent les individus en entrepreneuriat.

Par ailleurs, la deuxième partie de notre hypothèse n'a pu être validée car les résultats n'ont pu démontrer l'influence du profil entrepreneurial sur le l'effet postulé de la motivation entrepreneuriale sur la volition. Ce résultat ne va pas dans le sens des travaux sur le profil entrepreneurial (Reynolds et al., 2001 ; Giacomini et al., 2016). L'on se serait attendu à ce que ce ne soit que les entrepreneurs par opportunité qui soient mus par le succès social étant donné qu'implicitement cette donnée fait partie des déterminants de l'entrepreneuriat par opportunité. Toutefois, ce résultat a le mérite de non seulement mettre en exergue la distinction entre les mobiles liés à la création d'entreprise -profil entrepreneurial- et ceux relatifs au maintien de l'entreprise -motivation entrepreneuriale-.

### **6.1.3. Discussion des résultats de la troisième hypothèse opérationnelle (HO<sub>3</sub>)**

La troisième hypothèse postule que la motivation prosociale a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Cette hypothèse est en partie validée car les résultats obtenus attestent de l'influence de la motivation prosociale sur la volition. Les résultats obtenus constituent un appui aux travaux de M. Csikszentmihalyi et I.S. Csikszentmihalyi (1988), Grant (2008a) et Apter (1984). Bien que les populations des études susmentionnées soient des travailleurs et que notre étude ait eu pour participants des entrepreneurs, il apparaît que de même que chez les travailleurs, la motivation prosociale est un état téléique à travers lequel les individus utilisent l'entrepreneuriat pour atteindre un objectif. Ce qui fait écho au construit de volition dont le but ultime est l'atteinte des objectifs fixés. Aussi, nos résultats constituent une fois de plus un soutien aux travaux de Heckhausen & Gollwitzer (1987) susmentionnés.

Par ailleurs, la deuxième partie de nos hypothèses n'a pu être validée car nos résultats ont révélé que l'effet de la motivation entrepreneuriale sur la volition n'est pas fonction du profil entrepreneurial. L'explication de ce résultats tient sur plusieurs points. Premièrement, ce résultat semble de prime abord surprenant étant donné les significations des concepts de motivation prosociale -énergie qui pousse à fournir des efforts et à accomplir des actions qui bénéficieront aux autres (Penner et Finkelstein, 1998)- et d'entrepreneur par nécessité -individu s'engageant en entrepreneuriat par contrainte-. Ceci est un soutien aux travaux de

Tessier-Dargent(2016) pour qui l'entrepreneuriat par nécessité n'est pas un entrepreneuriat foncièrement négatif. Les catégories d'entrepreneurs de nécessité *d'héritage* par exemple sont contraints d'entreprendre pour des raisons familiales, cela n'implique pas automatiquement une création pour des motifs de subsistance.

Deuxièmement, le fait que l'effet de la motivation sur la volition ne dépende pas du profil entrepreneurial pourrait s'expliquer par la nature de la motivation prosociale qui bien qu'elle interagisse avec la motivation intrinsèque (Grant, 2008a) s'en distingue puisqu'elle renvoie davantage à un état de régulation introjectée ou identifiée (Ryan et Deci, 2000 ; Weinstein et Ryan, 2010) qui selon la théorie de l'autodétermination (Ryan et Deci, 2000) correspondent à deux des phases de la motivation extrinsèque. Ainsi, compte tenu du parallélisme effectué entre la motivation intrinsèque et l'entrepreneuriat par opportunité d'une part de même que la motivation extrinsèque et l'entrepreneuriat de nécessité d'autre part, il n'est donc pas surprenant que les créateurs volontaires et contraints aient un score moyen de motivation prosociale quasi identique.

#### **6.1.4. Discussion des résultats de la quatrième hypothèse opérationnelle (HO4)**

La quatrième hypothèse postule que la motivation à l'innovation a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Cette hypothèse est en partie validée car elle les résultats obtenus attestent de l'influence de la motivation à l'innovation sur l'expression de la volition. Bien qu'il n'y ait pas d'étude traitant directement du lien entre la motivation à l'innovation et la volition, les résultats obtenus permettent d'attester avec du lien entre les construits de motivation et de volition au sens de Heckausen et Gollwitzer (1993). Par ailleurs, lorsque l'on considère les notions d'innovation et de volition isolément, ce résultat semble cohérent car pour innover -introduction de nouveaux biens/services ou à l'amélioration de biens/services existants (Francis & Bessant, 2005) - il faut transformer une intention en action (volition- (Nguedong et Mvessomba, 2020).

En revanche, la deuxième partie de la quatrième hypothèse n'a pu être validée car les résultats n'ont pu attester du différentiel postulé du profil entrepreneurial sur l'effet de la motivation entrepreneuriale sur la volition. Ces résultats vont à l'encontre de ceux obtenus par Giacomini et al., (2016). Selon ces derniers, l'un des objectifs des entrepreneurs par opportunité est l'innovation, ce qui n'est pas du tout des entrepreneurs par nécessité qui n'entreprennent que pour des raisons de survie

## 6.2. Limites de l'étude

Cette étude comporte tout de même quelques limites. La première est inhérente à la technique d'échantillonnage. En effet, l'échantillonnage en boule de neige ne permet pas de dire avec exactitude si tous les répondants recrutés sont effectivement des entrepreneurs en activité. En outre, La taille de l'échantillon également pourrait constituée une limite pour la présente étude. Bien que ne disposant de statistiques officielles sur l'effectif des entrepreneurs camerounais, il semble tout de même que le nombre de participants (201) ne soit pas assez représentatif de la population entrepreneuriale camerounaise.

Par ailleurs, l'évaluation des capacités volitives a été faite à l'aide d'une échelle de Likert en trois points et pourtant le *Volitional Component Questionnaire* dans sa version originelle est composée de 4 possibilités de réponses pour chaque *item*. Cette modification pourrait avoir impacté les réponses des participants. Restant dans le même registre, le fait d'avoir utilisée une échelle de mesure qui est encore à la phase de test, l'échelle de mesure de la motivation entrepreneuriale en l'occurrence, pourrait également constituer une limite à ce travail.

Enfin, l'outil de collecte des données (le questionnaire) constitue une limite parce qu'il entraîne généralement un effet de désirabilité sociale qui remet en question la véracité des réponses fournies (Ghiglione & Matalon, 1978 ; De Ketele & Roegiers, 1991), ce qui est susceptible de biaiser les réponses des répondants de même que les résultats de l'étude.

## 6.3. Perspectives

Il serait intéressant de dupliquer cette recherche avec un échantillon plus large et mieux choisi afin d'obtenir des résultats généralisables à la population entrepreneuriale camerounaise. De plus il semble urgent de mener une étude sur les profils entrepreneuriaux pour deux raisons fondamentales. Au vu du flou entourant la distinction des différents profils entrepreneuriaux, il s'avère nécessaire de proposer un outil permettant d'opérer cette différenciation de la manière la plus objective possible.

Après avoir discuté des résultats de cette recherche, des limites et des pistes de recherches futures, des réflexions sur les retombées pratiques de cette étude seront exposées en guise de conclusion.

## CONCLUSION GENERALE

L'entrepreneuriat est présenté comme la voie salutaire de résolution du problème de chômage qui se pose avec acuité et atteint des proportions inquiétantes (78 millions de jeunes) sur l'étendue de la planète (OIT, 2013). Ainsi, au Cameroun l'on assiste à l'implémentation d'une stratégie qui mobilise les organisations gouvernementales (PAJER-U, PIFMAS, PTS-Jeunes, etc.) et non gouvernementales (CREDACAM, GOWE, etc.) pour offrir aux jeunes des ressources nécessaires à leur autonomisation. Mais il semble que les résultats de ces politiques ne sont pas ceux escomptés car l'on constate davantage de cas d'abandon que de réalisation de projets entrepreneuriaux (INS 2013).

Les responsables des structures d'accompagnement et de suivi des entrepreneurs mettent en avant des défauts de gestion comme cause de l'échec des opérateurs économiques. Cet avis n'est que partiellement partagé par la communauté scientifique qui présente de multiples facteurs susceptibles d'interférer dans l'exécution d'un projet entrepreneurial. Les facteurs psychologiques y figurent et ont déjà fait l'objet de multiples recherches. Le présent mémoire s'est inscrit dans cette logique.

En effet, la présente recherche a permis de mettre en commun les notions de motivation entrepreneurial, profil entrepreneurial et volition. Autrement dit, nous ambitionnions vérifier si la motivation entrepreneuriale a un effet sur la volition et si cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur les travaux de Batistelli et al. (s.d), Reynolds et al (2001) et Moussa-Mouloungui (2012) pour formuler l'hypothèse générale selon laquelle la motivation entrepreneuriale a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. Cette hypothèse ne permettant pas un traitement direct car trop abstraite, elle a été opérationnalisée en 4 hypothèses. La première postulait que la motivation au succès professionnel a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. La deuxième indiquait la motivation prosociale a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial. La troisième hypothèse suggérait que la motivation au succès social a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil

entrepreneurial. La quatrième hypothèse postulait que la motivation à l'innovation a un effet sur la volition et cet effet varie suivant le profil entrepreneurial.

Ainsi présentées, les hypothèses de recherches nous ont permis de mettre en évidence deux variables indépendantes et une variable dépendante. Ces variables sont issues de plusieurs travaux (Reynolds *et al.*, 2001 ; Fayolle, 2010 ; Giacomini *et al.*, 2010 et 2016 ; Moussa-Mouloungui, 2012) et concernent la motivation entrepreneuriale et le profil entrepreneurial pour les variables indépendantes et la volition pour la variable dépendante. La motivation entrepreneuriale a été opérationnalisée en quatre modalités : motivation au succès professionnel, motivation prosociale, motivation au succès social et la motivation à l'innovation. Le profil entrepreneurial a été opérationnalisé en deux modalités : les entrepreneurs par opportunité et les entrepreneurs par nécessité. La volition n'a pas été opérationnalisée.

Les investigations menées pour mesurer les variables susmentionnées sont passées par des questionnaires auto-rapportés par 201 entrepreneurs exerçant au dans la région du Centre (Cameroun). Les données recueillies ont fait l'objet d'une analyse de régression simple avec méthodologie de surface de réponse. Les résultats obtenus permettent d'affirmer que la motivation a un effet sur la volition toutefois cet effet ne varie pas suivant le profil entrepreneurial.

Ce travail a des implications sur les plans théorique et pratique. Sur le plan théorique cette recherche explique le phénomène entrepreneurial à l'aide d'un concept issu des sciences de gestion (le profil entrepreneurial) et de deux autres issus de la psychologie (motivation et volition). En cela, une brèche est ouverte afin de doter la littérature de nouveaux supports explicatifs de l'acte entrepreneurial en prenant en compte la dynamique personnelle impliquée dans l'acte de création. Sur le plan pratique, nos résultats permettent de faire des recommandations à l'endroit des professionnels de l'accompagnement. En effet, il convient de prendre en compte la motivation entrepreneuriale, le profil entrepreneurial et les dynamiques volitives y relatives afin de proposer des démarches favorables à la création et à la pérennisation des entreprises pour les créateurs. Pour ce faire, il faudrait intégrer les tests d'intérêts, d'aptitudes et de personnalité au dispositif d'accompagnement. Ajouté à cela la pratique du coaching qui servira à suivre de manière particulière les individus surtout les moins volitifs.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Achtziger, A., & Gollwitzer, P. M. (2010). Motivation and volition in the course of action. In J. Heckhausen et H. Heckhausen (Eds.), *Motivation and action* (277–302). Cambridge University Press.  
[https://www.socmot.unikonstanz.de/sites/default/files/08\\_Achtziger\\_Gollwitzer\\_Motivation\\_and\\_Volition\\_in\\_the\\_C.pdf](https://www.socmot.unikonstanz.de/sites/default/files/08_Achtziger_Gollwitzer_Motivation_and_Volition_in_the_C.pdf)
- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1028–1033.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.08.016>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organisational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.  
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Allinson, C. W., Chell, E., & Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 31–43.  
<https://doi.org/10.1080/135943200398049>
- Almeida, P. I. L., Ahmetoglu, G., & Chamorro-premuzic, T. (2014). Who Wants to Be an Entrepreneur - Relationship Between Vocational Interests and Individual Differences in Entrepreneurship. *Journal of Career Assessment*, 22(1), 102–112.  
<https://doi.org/10.1177/1069072713492923>

- Ambela Mendo, E.L. (2020). *Etude comparative de la mobilisation des capacités volitives entre les entrepreneurs par nécessité et les entrepreneurs par opportunité* [Mémoire de psychologie]. Université de Yaoundé 1.
- Andrews, T. L., & Rogelberg, S. G. (2001). A new look at service climate: its relationship with owner service values in small businesses. *Journal of Business and Psychology*, 16, 119–131. <https://doi.org/10.1023/a:1007895923389>
- Armstrong, P. (2005). Critique of Entrepreneurship: People and Policy. *International Small Business Journal*, 24(4), 421-432. <https://doi.org/10.1057/9780230554955>
- Atkinson, J. W., & Feather, N. T. (1966). *A theory of achievement motivation*. Wiley.
- Audet, J. (2004). L'impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 17 (3), 223-240. <https://doi.org/10.1080/08276331.2004.10593321>
- Ayala, J.-C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126-135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248–287. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L)
- Baron, R. A., Markman, G. D., & Hirska, A. (2001). Perceptions of women and men as entrepreneurs: evidence for differential effects of attributional augmenting. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 923–929. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.86.5.923>
- Bergmann, H., & Sternberg, R. (2007). The changing face of entrepreneurship in Germany. *Small Business Economics*, 28(2), 205-221. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9016-z>
- Bernard, M. & Dubard Barbosa, S. (2016). Résilience et entrepreneuriat : Une approche dynamique et biographique de l'acte d'entreprendre. *M@n@gement*, 19(2), 89-123. <https://doi.org/10.3917/mana.192.0089>

- Bernhard, F., & O'Driscoll, M. P. (2011). Psychological ownership in small family-owned businesses: leadership style and nonfamily-employees' work attitudes and behaviors. *Group & Organization Management*, 36(3), 345–384. <https://doi.org/10.1177/1059601111402684>
- Bhola, R., Verheul, I., Thurik, R., & Grilo, I. (2006). *Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs*. EIM bv, Zoetermeer.
- Bird, B.J. (1992). The operation of intentions in time: the emergence of the new venture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 11-20. <https://doi.org/10.1177/104225879201700102>
- Block, J. H., & Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9(2), 117-137. <https://doi.org/10.1007/s10842-007-0029-3>
- Block, J. H., & Wagner, M. (2007). Opportunity recognition and exploitation by necessity and opportunity entrepreneurs: empirical evidence from earnings equations. In G.T. Solomon (Ed), *Proceedings of the Sixty-Sixth Annual Meeting of the Academy of Management*. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2007.26523855>
- Brasseur, M. (2010). *Entrepreneuriat et Insertion*. Bruylant.
- Brinckmann, J., Grichnik, D., Kapsa, D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning-performance relationship in small firms. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 24-40. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.007>
- Brockhaus, R.H., & Horowitz, P.S. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (25-48). Cambridge.
- Broonen, J.-P. (2006). *Motivation, volition et performances universitaires. Modèles d'intégration structurale de quelques déterminants des marqueurs de performance aux épreuves académiques de janvier auprès d'une cohorte d'étudiants primants de première candidature en sciences psychologiques et de l'éducation : orientations de buts d'accomplissement, comportement planifié, intentions de contrôle de*

*l'apprentissage et contrôle de l'apprentissage* [Thèse de doctorat en psychologie].  
HAL these. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00870880/document>

Broonen, J.-P. (2007). Le passé et l'avenir du concept de volition pour la psychologie de l'éducation et de la formation. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 74(2), 3-17. <https://doi.org/10.3917/cips.074.0003>

Broonen, J.-P. (2010). Des intentions aux actes : la volition en conseil en orientation. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 39(1), 137-171. <https://doi.org/10.4000/osp.2493>

Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation* [Thèse de sciences de gestion]. Université Pierre Mendès France.

Bruyat, C., & Julien, P.-A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165-180. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9)

Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger zone entrepreneurs: the importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), 473-499. <https://doi.org/10.1111/etap.12006>

Burke, A., Fraser, S., & Greene, F. J. (2010). The multiple effects of business planning on new venture performance. *Journal of Management Studies*, 47(3), 391-415. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00857.x>

Busenitz L.W., & Barney J.B., (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9-30. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00003-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00003-1)

Calas M., Smircich L. & Bourne K. (2009). Extending the boundaries: reframing "entrepreneurship as social change" through feminist perspectives. *Academy of Management Review*, 34(3), 552-569. <https://doi.org/10.2307/27760019>

Caliendo, M., & Kritikos, A. S. (2009). I want to, but I also need to: start-ups resulting from opportunity and necessity. *IZA Discussion Paper*, 4661, 1-33. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1592904>

- CAMERCAP-PARC (2016). Fermeture des activités du portefeuille privé : comment sauver les entreprises de la faillite au Cameroun ? Six (06) mesures de politique économique. Note rapide de politique économique.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Chan, K. Y., Uy, M. A., Chernyshenko, O. S., Ho, M. R., & Sam, Y. (2015). Personality and entrepreneurial, professional and leadership motivations. *Personality and Individual Differences*, 77, 161–166. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.063>
- Couteret, P. (2010). Peut-on aider les entrepreneurs contraints ? Une étude exploratoire. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 9(2), 6-33. <https://doi.org/10.3917/entre.092.0002>
- DeCharms, R. (1968). *Personal causation: The internal affective determinants of behavior*. Academic Press.
- Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. Plenum Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985b). *Intrinsic motivation and selfdetermination in human behavior*. New York: Prenum Press. <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The ‘what’ and ‘why’ of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227–268. [http://dx.doi.org/10.1207/S15327965PLI1104\\_01](http://dx.doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01)
- Deci, E.L., & Ryan, R.M. (2002). *Handbook of self-determination research*. University of Rochester Press.
- Decker, W. H., Calo, T. J., & Weer, C. H. (2012). Affiliation motivation and interest in entrepreneurial careers. *Journal of Managerial Psychology*, 27(3), 302–320. <https://doi.org/10.1108/02683941211205835>

- Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does Business Planning Facilitate the Development of New Ventures? *Strategic Management Journal*, 24(12), 1165-1185. <https://doi.org/10.1002/smj.349>
- Diop P.M. (2012). *La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone* [Thèse de doctorat en sciences de gestion]. Conservatoire national des arts et métiers. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00764110/document>
- Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi (2010). *Cadre de référence de l'action gouvernementale pour la période 2010-2020*. [https://paris21.org/sites/default/files/Cameroon\\_DSCE2010-20.pdf](https://paris21.org/sites/default/files/Cameroon_DSCE2010-20.pdf)
- Donaldson, T., & Walsh, J. P. (2015). Research in organizational behavior toward a theory of business. *Research in Organizational Behavior*, 35, 181–207. <http://dx.doi.org/10.1016/j.riob.2015.10.002>
- Doyle, C.P., Singh, S., & Pavlovich, K. (2017). Entrepreneurial resilience and venture failure. *International Small Business Journal*, 35(6), 687-708. <https://doi.org/10.1177/0266242616685604>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practices and principles*. Harper & Row. <https://doi.org/10.1002/npr.4040050112>
- Dweck, C.S., & Leggett, E.L. (1988). A social-cognitive approach to motivation and personality. *Psychological Review*, 95(2), 256-273. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.95.2.256>
- Eloundou, P.F. (2018, 19 Décembre). *Afrikinfo.net*. [www.afrikinfo.net](http://www.afrikinfo.net). <https://afrikinfo.net/cameroun-entreprenariat-agro-pastoral-le-pea-jeunes-fixe-ses-objectifs-pour-2019/>
- Estay, C., Durrieu, F., & Diop, P. (2011). Motivation entrepreneuriale et logique d'action du créateur. *Revue internationale P.M.E.*, 24(1), 135-165. <https://doi:10.7202/1012554ar>
- Fayolle, A. (2010). Organisation entrepreneuriale et orientation vers les opportunités : un cadre intégrateur. *Revue française de gestion*, 206(7), 149-169. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2010-7-page-149.htm>
- Fenouillet, F. (2016). *Les théories de la motivation*. Dunod.

- Filion, L.-J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue Internationale PME*, 10(2), 129-172.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fisher, R., Maritz, A. & Lobo A. (2016). Does individual resilience influence entrepreneurial success? *Academy of Entrepreneurship Journal*, 22(2): 39-53.
- Forstmeier, S., & Rüdell, H. (2008). Measuring volitional competences: psychometric properties of a short form of the volitional components questionnaire (VCQ) in a clinical sample. *The Open Psychology Journal*, 1, 66-77. <https://doi.org/10.2174/1874350100801010066>.
- Fossen, F. M., & Büttner, T. J. M. (2013). The returns to education for opportunity entrepreneurs, necessity entrepreneurs, and paid employees. *Economics of Education Review*, 37, 66-84. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2013.08.005>
- Fraisse, P., Piaget, J., & Reuchlin, M. (1976). *Traité de psychologie expérimentale I. Histoire et méthode*. PUF.
- Gabarret, I., & Vedel, B. (2015). Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale. *La Revue des Sciences de Gestion*, 1(271), 13-20. <https://doi.org/10.3917/rsg.271.0013>.
- Gartner W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706. <https://doi.org/10.2307/258039>
- Gartner, W.B. (1990). What we are talking about when we are talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90023-M](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M)
- Gartner, W.B. (1993). Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 231-239. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90029-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90029-5)

- Genet, J.J., & Siemer M. (2011). Flexible control in processing affective and non-affective material predicts individual differences in trait resilience. *Cognition and Emotion*, 25(2), 380- 388. <https://doi.org/10.1080/02699931.2010.491647>
- Giacomin, O., Janssen, F., Guyot J.-L., & Lohest, O. (2010). Entrepreneuriat contraint et volontaire : quel impact sur le choix sectoriel des entrepreneurs ? *Revue internationale PME*, 23 (3-4), 211-243. <https://doi.org/10.7202/1012499ar>
- Giacomin, O., Janssen, F., Guyot J.-L., & Lohest, O. (2011). *Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs.* <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/29506>
- Giacomin, O., Janssen, F., & Guyot, J. (2016). Entrepreneurs de nécessité et d'opportunité : quels comportements durant la phase de création ? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15(3), 181-204. <https://doi:10.3917/entre.153.0181>
- Gielnik, M. M., Krämer, A. C., Kappel, B., & Frese, M. (2014). Antecedents of Business Opportunity Identification and Innovation: Investigating the Interplay of Information Processing and Information Acquisition. *Applied Psychology: International Review*, 63(2), 344–381. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2012.00528.x>
- Gilad, B., & Levine, P. (1986). A Behavioral Model of Entrepreneurial Supply. *Journal of Small Business Management*, 24, 45-53. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2017.54051>
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216–1229. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
- Gollwitzer, P. M. (1990). Action phases and mind-sets. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, Vol. 2, pp. 53–92). The Guilford Press.
- Gollwitzer, P. M. (1993). Goal achievement: The role of intentions. In W. Stroebe, et & M. Hewstone, (Eds.), *European Review of Social Psychology* (pp. 4, 141-185). Wiley. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.493>

- Gollwitzer, P. M. (1996). The volitional benefits of planning. In P. M. Gollwitzer, et & J. A. Bargh, (Eds.), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 287-312). Guilford.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/7ee1/448494aa1a39f03202e79ff18140d866af5a.pdf>
- Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: a review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology: An International Review*, 65(3), 437–468. <https://doi.org/10.1111/apps.12073>
- Gorgievski, M. J., Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., van der Veen, H. B., & Giesen, C. W. M. (2010). Financial problems and psychological distress: Investigating reciprocal effects among business owners. *Journal of occupational and organizational Psychology*, 83, 513–530. <https://doi.org/10.1348/096317909x434032>
- Hechavarria, D. M., & Reynolds, P. (2009). Cultural norms and business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), 417-437.  
<https://doi.org/10.1007/s11365-009-0115-6>
- Heckhausen, H., & Gollwitzer, P. M. (1986). Information processing before and after the formation of an intent. In F. Klix, & H. Hagendorf, (Eds.), *In memoriam Hermann Ebbinghaus: Symposium on the structure and function of human memory* (pp. 1071-1082). Elsevier. [https://www.socmot.uni-konstanz.de/sites/default/files/86\\_Heckhausen\\_Gollwitzer\\_Information\\_processing\\_before\\_a.pdf](https://www.socmot.uni-konstanz.de/sites/default/files/86_Heckhausen_Gollwitzer_Information_processing_before_a.pdf)
- Heckhausen, H., & Gollwitzer, P. M. (1987). Thought contents and cognitive functioning in motivational versus volitional states of mind. *Motivation and Emotion*, 11, 101-120. <https://doi.org/10.1007/BF00992338>
- Hernandez, É. (2006). Les trois dimensions de la décision d'entreprendre. *Revue française de gestion*, 168-169, 337-357. <https://doi.org/10.3166/rfg.168-169.337-357>
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). (2nd ed.). John Wiley.

- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9134-x>
- Hikkerova, L., Nyock Ilouga, S., & Sahut, J. M. (2016). The entrepreneurship process and the model of volition. *Journal of Business Research*, 69, 1868-1873. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.071>
- Hirschi, A. (2013). Career Decision Making, Stability, and Actualization of Career Intentions: The Case of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Career Assessment*, 21(4), 555–571. <https://doi.org/10.1177/1069072712475287>
- Hmieleski, K. M., & Ensley, M. D. (2007). A contextual examination of new venture performance: entrepreneur leadership behavior, top management team heterogeneity, and environmental dynamism. *Journal of Organizational Behavior*, 28, 865–889. <https://doi.org/10.1002/job.479>
- Huang, L., Frideger, M., & Pearce, J. L. (2013). Political skill: explaining the effects of nonnative accent on managerial hiring and entrepreneurial investment decisions. *The Journal of Applied Psychology*, 98(6), 1005–17. <https://doi.org/10.1037/a0034125>
- Hughes, K. D. (2006). Exploring Motivation and Success Amongst Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), 107-120. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593362>
- Institut National de la Statistique. (2012). Dispositif de Production des Statistiques Courantes sur l'Emploi et la main d'œuvre. Rapport sur la situation de référence. *INS*. [http://slmp-550104.slc.westdc.net/~stat54/downloads/RGE/Dispositif\\_production\\_statistiques\\_courantes\\_emploi\\_main\\_%C5%93uvre.pdf](http://slmp-550104.slc.westdc.net/~stat54/downloads/RGE/Dispositif_production_statistiques_courantes_emploi_main_%C5%93uvre.pdf)
- Institut national de la Statistique. (2017). Recensement General Des Entreprises 2016 (RGE-2). Rapport préliminaire des principaux résultats. *INS*. [http://slmp-550104.slc.westdc.net/~stat54/downloads/2018/Projet\\_de\\_rapport\\_preliminaire\\_RGE2\\_du\\_29\\_decembre\\_2017\\_final.pdf](http://slmp-550104.slc.westdc.net/~stat54/downloads/2018/Projet_de_rapport_preliminaire_RGE2_du_29_decembre_2017_final.pdf)

- Institut national de las Statistiques. (2010). Recensement General Des Entreprises (RGE 2009). Rapport thématiques, Partie 1 : Environnement des affaires et compétitivité des entreprises camerounaises. *INS*. [http://www.stat.cm/downloads/RGE/Rapport\\_thematiques\\_RGE\\_2009\\_partie1.pdf](http://www.stat.cm/downloads/RGE/Rapport_thematiques_RGE_2009_partie1.pdf)
- James W. (1890): *The principles of psychology*, 2. Holt
- Jayawarna, D. & Jones, Oswald & Macpherson, A. (2015). Becoming an entrepreneur: The unexplored role of childhood and adolescent human capital. <https://doi.org/4324/9781315857817-3>.
- Jones, C., & Spicer, A. (2009). *Unmasking the Entrepreneur*. Edward Elgar.
- Julien, P.A., & Marchesnay, M. (1996). *L'entrepreneuriat*. Economica, Collection Gestion Poche.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1996). On the reality of cognitive illusions. *Psychological Review*, 103(3), 582–591. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.3.582>
- Kaufman, A. S. (1966). Practical decision. *Mind*, 75, 25-44.
- Kenny, K., & Scriver, S. (2012). Dangerously Empty? Hegemony and the construction of the Irish Entrepreneur. *Organization*, 19(5), 615-633.
- Khayesi, J. N. O., & George, G. (2011). When does the socio-cultural context matter? Communal orientation and entrepreneurs' resource accumulation efforts in Africa. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84, 471–492. <https://doi.org/1111/j.2044-8325.2011.02029.x>
- Kilby, P. (1971). Hunting the Heffalump. In P., Kilby, (Eds.), *Entrepreneurship and Economic Development* (pp. 1–40).The Free Press.
- Kizner, I.M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chiago Press.
- Krueger, N.F. & Carsrud, A.L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and regional development*, 5, 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>

- Krueger, N.F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, (31), 5-21. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.38B021>
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kuhl, J. (1985). Volitional mediators of cognition-behavior consistency: Self-regulatory processes and action versus state orientation. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 101-128). Springer.
- Kuhl, J., & Beckmann, J. (1985b). Historical perspectives in the study of action control. In J. Kuhl et J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 89-100). Springer
- Kuhl, J., & Beckmann, J. (1985a). *Action control: From cognition to behavior*. Springer-Verlag -Verlag.
- Kuhl, J., & Beckmann, J. (1994). *Volition and personality: Action versus state orientation*. Hogrefe.
- Kuhl, J., & Fuhrmann, A. (1998). Decomposing self-regulation and self-control: The Volitional Components Inventory. In J. Heckhausen & C. S. Dweck (Eds.), *Motivation and self-regulation across the life span* (p. 15-49). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511527869.003>
- Laguardia, J.G., & Ryan, R.M. (2000). Buts personnels, besoins psychologiques fondamentaux et bien-être : théorie de l'autodétermination et applications. *Revue québécoise de psychologie*, 21(2), 281-304. [http://elearning.ileps.org/courses/GLPSY11OCTOBRE2011/document/Laguardia\\_et\\_ryan.pdf?cidReq=GLPSY11OCTOBRE2011](http://elearning.ileps.org/courses/GLPSY11OCTOBRE2011/document/Laguardia_et_ryan.pdf?cidReq=GLPSY11OCTOBRE2011)
- Lebègue, T. (2015). La réussite de carrière entrepreneuriale des femmes. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 14(1), 93-127. <https://doi:10.3917/entre.141.0093>.

- Lefrançois, R. (1992). *Stratégies de recherche en sciences sociales. Applications à la gérontologie*. Presses de l'Université de Montréal.
- Liao, J. & Gartner, W.B. (2006). The effects of pre-venture plan timing and perceived environmental uncertainty on the persistence of emerging firms. *Small Bus Econ* 27, 23–40. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-0020-0>
- Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational Behavior & Human Performance*, 3(2), 157–189. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(68\)90004-4](https://doi.org/10.1016/0030-5073(68)90004-4)
- Long, W., & McMullan, W. E. (1984). Mapping the new venture opportunity identification process. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 567-591.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139–161. <https://doi.org/10.1177/014920638801400202>
- Mace, G., & Petry, F. (2011). *Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales*. Presses de l'université Laval. [https://cdn-cms.f-static.com/uploads/1806887/normal\\_5c409ec191139.pdf](https://cdn-cms.f-static.com/uploads/1806887/normal_5c409ec191139.pdf)
- Malach-Pines, A., & Schwartz, D. (2008). Now you see them, now you don't: gender differences in entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*, 23(7), 811–832. <https://doi.org/1108/02683940810896358>
- Malach-Pines, A., Levy, H., Utasi, A., & Hill, T. L. (2005). Entrepreneurs as cultural heroes: a cross-cultural, interdisciplinary perspective. *Journal of Managerial Psychology*, 20(6), 541–555. <https://doi.org/10.1108/02683940510615460>
- Markman, G. D., Baron, R. A., & Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior*, 26(1), 1–19. <https://doi.org/10.1002/job.305>
- Mathieu, C., & St-Jean, É. (2013). Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 527–531. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.04.026>

- McCall, H. J. (1987). Decision. *Canadian Journal of Philosophy*, 17, 261-288.  
<https://doi.org/10.1080/00455091.1987.10716436>
- McCann, H. J. (1998). *The works of agency: On human action, will, and freedom*. Cornell University Press.
- McClelland, D.C. (1953). *The Achievement Motive*. Appleton-Century-Crofts.
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 875-896.
- Ministère de la Jeunesse et de l'Éducation Civique. (2018).  
<http://minjec.gov.cm/index.php/fr/actu/499-plan-triennal-special-jeunes-bilan-deux-ans-apres-le-lancement>
- Moussa Mouloungui, A. C. (2012). *Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales* [Thèse de doctorat en psychologie]. Université Charles De Gaulle-Lille3 ; Université de Vérone. Hal theses.  
<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00870880/document>
- Myers, I. B. (1962). *The Myers-Briggs Type Indicator: Manual (1962)*. Consulting Psychologists Press. <https://doi.org/10.1037/14404-000>
- N'da, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines*. L'Harmattan.  
<http://livre.fun/LIVREF/F33/F033004.pdf>
- Nguedong, J.A. (2014). *Compétences volitionnelles d'autorégulation et intention de carrière professionnelle* [Mémoire de psychologie]. Université de Yaoundé 1.
- Nguedong, J-M. (2020). *Processus de transformation des intentions entrepreneuriales en actions : le rôle de la volition et de l'optimisme* [Thèse de doctorat en psychologie]. Université de Yaoundé 1. HAL theses. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02972488/document>
- Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., & Spector, T. D. (2009). Opportunity recognition and the

- tendency to be an entrepreneur: A bivariate genetics perspective. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 108–117. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.08.005>
- Nieß, C., & Biemann, T. (2014). The role of risk propensity in predicting self-employment. *Journal of Applied Psychology*, 99(5), 1000–1009. <https://doi.org/10.1037/a0035992>
- Nyock Ilouga, S. (2019). Mobilizing Volitional Capacities to Enhance Entrepreneurial Process. *International Business Research*.12, 66. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n2p66>
- Nyock Ilouga, S., Moussa Mouloungui, A. C., & Sahut, J. M. (2013). Entrepreneurial intention and career choices: the role of volition. *Small Business Economics*, 42(4), 717-728. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9524-6>
- Nyock Ilouga, S., Nyock, A., & Hikkerova, L. (2013). Influence des perceptions sociales sur l'intention entrepreneuriale des jeunes. *Gestion 2000*, 30(5), 115-130. <https://doi.org/10.3917/g2000.305.0115>.
- Nyock, A., Nyock Ilouga, S., & Hikkerova, L. (2013). Intention entrepreneuriale et projet professionnel. *Gestion 2000*, 30(4), 47-65. <https://doi.org/10.3917/g2000.304.0047>.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., Schmitt-Rodermund, E., & Stuetzer, M. (2011). Nascent entrepreneurship and the developing individual: Early entrepreneurial competence in adolescence and venture creation success during the career. *Journal of Vocational Behavior*, 79(1), 121–133. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2010.12.005>
- OCDE (2017), Panorama de l'entrepreneuriat 2016, OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264266346-fr>
- Olson, P.D., Debra, A., & Bosserman, D.A. (1984). Attributes of the entrepreneurial type. *Business Horizons*, 27(3), 53-56. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(84\)90027-2](https://doi.org/10.1016/0007-6813(84)90027-2)
- Paturol, R. (2005) : « Pistes de réflexions en vue de l'élaboration d'une grille de positionnement des pratiques entrepreneuriales », 4e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, actes.

- Pintrich, P. R. (2000). The role of goal orientation in self-regulated learning. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich, & M. Zeidner, (Eds.), *Handbook of self-regulation* (pp. 451-502). Academic Press. <https://ssr.site.files.wordpress.com/2018/01/pintrich-2005-the-role-of-goal-orientation-in-srl.pdf>
- Pollack, J. M., Vanepps, E. M., & Hayes, A. F. (2012). The moderating role of social ties on entrepreneurs' depressed affect and withdrawal intentions in response to economic stress. *Journal of Organizational Behavior*, 33(6), 789–810. <https://doi.org/doi:10.1002/job.1794>
- Reich, R.B. (1987). Entrepreneurship reconsidered: the team as hero. *Harvard Business Review*, 3, 77-83.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L. W., & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Executive Report*. [http://www.esbri.se/pdf/gemglobalreport\\_2002.pdf](http://www.esbri.se/pdf/gemglobalreport_2002.pdf)
- Reynolds, P., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., Hay, M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Summary Report*.
- Robichaud, McGraw, Cachon & Haq (2013). L'influence des motivations entrepreneuriales sur la performance des PME. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1080/08276331.2013.822143>.
- Robichaud, Y., Lebrasseur, R., & Nagarajan, K. V. (2010). Necessity and opportunity driven entrepreneurs in Canada: an investigation into their characteristics and an appraisal of the role of gender. *The Journal of Applied Business and Economics*, 11(1), 33-59. <http://www.na-businesspress.com/JABE/Jabe111/RobichaudWeb.pdf>
- Ruvio, A., Rosenblatt, Z., & Hertz-Lazarowitz, R. (2010). Entrepreneurial leadership vision in nonprofit vs. for-profit organizations. *The Leadership Quarterly*, 21(1), 144–158. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.10.011>
- Salès-Wuillemin, E. (2006). *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*. Dunod.

- Sarasvathy S., & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as method: open question for an entrepreneurial futur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 113–135. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.457.4284&rep=rep1&type=pdf>
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2). <http://10.5465/AMR.2001.4378020>.
- Sarrazin, P., Pelletier, L., Deci, E., & Ryan, R. (2011). Nourrir une motivation autonome et des conséquences positives dans différents milieux de vie : les apports de la théorie de l'autodétermination. In C. Martin-Krumm & C. Tarquinio (Eds.), *Traité de psychologie positive* (pp. 273-312). De Boeck. [https://www.researchgate.net/publication/256089059\\_Nourrir\\_une\\_motivation\\_autonome\\_et\\_des\\_consequences\\_positives\\_dans\\_differeents\\_milieux\\_de\\_vie\\_les\\_apports\\_de\\_la\\_theorie\\_de\\_l'autodetermination](https://www.researchgate.net/publication/256089059_Nourrir_une_motivation_autonome_et_des_consequences_positives_dans_differeents_milieux_de_vie_les_apports_de_la_theorie_de_l'autodetermination)
- Schonfeld, I. S., & Mazzola, J. J. (2015). A qualitative study of stress in individuals self-employed in solo businesses. *Journal of Occupational Health Psychology*, 20(4), 501–513. <https://doi.org/10.1037/a0038804>
- Schumpeter, J. A. (1935). *Théorie de l'évolution économique*. Dalloz.
- Schumpeter, J.A. (1939). *Business cycles: a theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process*. McGraw-Hill Book.
- Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Payot.
- Segal, G. & Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1). <http://dx.doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Shane, S. (2008). *The illusions of entrepreneurship*. Yale University Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>

- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279. <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1840&context=articles>
- Shane, S., Nicolaou, N., Cherkas, L., & Spector, T. D. (2010). Genetics, the Big Five, and the tendency to be self-employed. *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1154–1162. <https://doi.org/10.1037/a0020294>
- Shapiro, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9, 83-133.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall.
- Sharma, P., De Massis, A., & Gagne, M. (2014). Family business: A fertile ground for research on time, teams and positive organizational study. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 23(5), 674–679. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2014.900046>
- Song-Naba, F., & Toé, M. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Rapport GEM 2014 du Burkina Faso*. LaReGeo, Université Ouaga 2.
- Song-Naba, F., & Toé, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor: Rapport GEM 2015 du Burkina Faso*. LaReGeo, Université Ouaga 2.
- Song-Naba, F., & Toé, M. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor: Rapport GEM 2016 du Burkina Faso*. LaReGeo, Université Ouaga 2.
- Stephan, U., Hart, M., & Drews, C-C. (2015). Understanding motivations for entrepreneurship: a review of recent research evidence. *Enterprise Research Centre*. <http://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2015/02/Understanding-Motivations-for-Entrepreneurship-Rapid-evidence-assessment-paper..pdf>
- Stevenson, H.H., & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.

- Sullivan, D. M., & Meek, W. R. (2012). Gender and entrepreneurship: a review and process model. *Journal of Managerial Psychology*, 27, 428–458. <https://doi.org/10.1108/02683941211235373>
- Tedmanson, D., Verduijn, K., Essers, C., & Gartner, W. (2012). Critical perspectives in entrepreneurship research. *Organization*, 19, 531-541. <https://doi.org/10.1177/1350508412458495>
- Tessier-Dargent, C. (2015). Les entrepreneurs par nécessité: d'une dichotomie simplificatrice à un continuum complexe: définitions, et typologie des entrepreneurs par nécessité: étude de la dimension effectuale des processus de creation par nécessité [Thèse de doctorat en sciences de gestion]. Université Grenoble Alpes. HAL these. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01286640/document>
- Tessier-Dargent, C., & Fayolle, A. (2016). Une approche typologique de l'entrepreneuriat de nécessité. *RIMHE :Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, 22(3), 74-92. <https://doi.org/10.3917/rimhe.022.0074>
- Thornton, P.H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.19>
- Tugade, M.M., & Fredrickson, B.L. (2004). Resilient individuals use positive emotions to bounce back from negative emotional experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 320-333. <https://dx.doi.org/10.1037%2F0022-3514.86.2.320>
- Unger, J. M., Keith, N., Hilling, C., Gielnik, M. M., & Frese, M. (2009). Deliberate practice among South African small business owners: Relationships with education, cognitive ability, knowledge, and success. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82(1), 21–44. <https://doi.org/10.1348/096317908X304361>
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295. <https://doi.org/10.1007/s00191-006-0046-0>
- Van Hooft, E. A. J., Born, M. P., Taris, T. W., Van der Flier, H., & Blonk, R. W. B. (2005). Bridging the gap between intentions and behavior: Implementation intentions, action

- control, and procrastination. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 238–256. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.10.003>
- Verstraete, T. (2002). *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*. Editions de l'ADREG.
- Verstraete, T. & Fayolle, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4, 33-52. <https://doi.org/10.3917/entre.041.0033>
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. Wiley.
- Wagner, J. (2005). Nascent and Infant Entrepreneurs in Germany evidence from the regional entrepreneurship monitor (REM). *Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn*. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/21298/1/dp1522.pdf>
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92(4), 548–573. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.92.4.548>
- White, R. E., Thornhill, S., & Hampson, E. (2006). Entrepreneurs and evolutionary biology: The relationship between testosterone and new venture creation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(1), 21–34. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2005.11.001>
- White, R. E., Thornhill, S., & Hampson, E. (2007). A biosocial model of entrepreneurship: The combined effects of nurture and nature. *Journal of Organizational Behavior*, 28(4), 451–466. <https://doi.org/10.1002/job.432>
- White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*, 66(5), 297–333. <https://doi.org/10.1037/h0040934>
- Zhu, J. (2004). Locating volition. *Consciousness and Cognition: An International Journal*, 13(2), 302–322. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2003.09.003>
- Zoumba, N.B. (2018). *L'entrepreneuriat par nécessité et par opportunité : essai de compréhension dans le contexte burkinabè* [Thèse de doctorat en sciences de gestion].

Université Paris-Est. HAL these <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02096312/document>

# ANNEXES

➤ **Questionnaire d'enquête utilisé pour la collecte des données**

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

-----

UNIVERSITE DE YAOUNDE I

-----

FACULTE DES ARTS,  
LETTRES ET SCIENCES  
HUMAINES



REPUBLIC OF CAMEROON

Peace – Work – Fatherland

-----

UNIVERSITY OF YAOUNDE I

-----

FACULTY OF ARTS, LETTERS  
AND SOCIAL SCIENCES

-----

Madame, Monsieur,

Ce questionnaire est réalisé dans le cadre la rédaction de notre mémoire de fin de cycle de Master en Psychologie sociale.

Nous vous demandons de répondre **AVEC FRANCHISE** à toutes les questions qui vous sont posées en lisant attentivement les instructions indiquées. Il n'existe pas de réponses justes ou fausses mais seulement des **RÉPONSES PERSONNELLES**. Votre sincérité nous est précieuse.

Par ailleurs, nous vous assurons que la confidentialité totale de vos réponses sera préservée conformément aux dispositions de l'article 13 de la loi n°2020/010 du 20 Juillet 2020 régissant l'activité statistique au Cameroun.

**Profil sociodémographique** : Veuillez cocher la réponse qui correspond à votre situation.

1- Votre sexe :	<input type="checkbox"/> Féminin	<input type="checkbox"/> Masculin	
2- Votre âge :	<input type="checkbox"/> entre [20 – 30 ans]	<input type="checkbox"/> entre [31 – 40 ans]	
	<input type="checkbox"/> entre [41 – 50 ans]	<input type="checkbox"/> plus de 50 ans	
3- Votre situation matrimoniale :	<input type="checkbox"/> Célibataire	<input type="checkbox"/> Marié (e)	<input type="checkbox"/> Union libre

	<input type="checkbox"/> Divorcé (e)	<input type="checkbox"/> Veuf (ve)
<b>4- Votre niveau d'étude :</b>	<input type="checkbox"/> CEPE <input type="checkbox"/> BAC <input type="checkbox"/> BAC+5 (Master 2/DEA) <input type="checkbox"/> Autre (Précisez) : _____	<input type="checkbox"/> CAP/BEPC <input type="checkbox"/> BAC+3 (Licence) <input type="checkbox"/> BAC+8 (Doctorat)
--		
<b>5- Votre domaine d'activité :</b>	<input type="checkbox"/> Agricole <input type="checkbox"/> Mécanique <input type="checkbox"/> Touristique <input type="checkbox"/> Santé <input type="checkbox"/> Services <input type="checkbox"/> Autre (Précisez) : _____	<input type="checkbox"/> Elevage <input type="checkbox"/> Alimentaire <input type="checkbox"/> Artisanat <input type="checkbox"/> Commercial <input type="checkbox"/> Education
--		
<b>6- Votre région d'origine :</b>	<input type="checkbox"/> Adamaoua	<input type="checkbox"/> Centre
	<input type="checkbox"/> Littoral	<input type="checkbox"/> Est
	<input type="checkbox"/> Nord	<input type="checkbox"/> Extrême-Nord
	<input type="checkbox"/> Nord-Ouest	<input type="checkbox"/> Ouest
	<input type="checkbox"/> Sud	<input type="checkbox"/> Sud-Ouest
<b>7- Votre religion :</b>	<input type="checkbox"/> Adventiste	<input type="checkbox"/> Catholique
	<input type="checkbox"/> Musulman	<input type="checkbox"/> Protestant
	<input type="checkbox"/> Témoin de Jéhovah	<input type="checkbox"/> Pentecôtiste
	<input type="checkbox"/> Autre (Précisez) : _____	
---		
<b>8- L'effectif de vos employés :</b>	<input type="checkbox"/> entre [1 – 9 employés]	<input type="checkbox"/> entre [10 – 49 employés]
	<input type="checkbox"/> entre [50 – 249 employés]	<input type="checkbox"/> plus de 250 employés

**Consigne :** Voici une liste de propositions, veuillez choisir la réponse qui correspond à votre situation, Mettez une croix dans la case située devant la proposition. Vous ne pouvez choisir qu'une seule réponse. Lire attentivement toutes les propositions avant de faire son choix.

Q1. Qu'est-ce-qui a déclenché votre décision de créer une entreprise ?		
1	Je voulais sortir du chômage	<input type="checkbox"/>
2	Je voulais gagner un maximum d'argent	<input type="checkbox"/>
3	Je voulais acquérir du prestige	<input type="checkbox"/>
4	Je voulais augmenter mes revenus	<input type="checkbox"/>
5	Je voulais créer des nouveaux produits/services	<input type="checkbox"/>
6	J'ai remplacé mes parents qui géraient cette affaire	<input type="checkbox"/>

7	Je voulais exploiter une opportunité que j'ai trouvée	<input type="checkbox"/>
8	Je voulais être mon propre patron	<input type="checkbox"/>
9	Je voulais développer de nouveaux procédés de fabrication	<input type="checkbox"/>

**Lesquelles des phrases suivantes expriment le mieux vos désirs actuels ? Indiquez pour chacune des phrases l'intensité du désir que vous éprouvez, en utilisant l'échelle ci-dessous :**

**1 = Pas du tout intense pour moi**

**2 = Peu intense pour moi**

**3 = assez intense pour moi**

**4 = très intense pour moi**

**5 = extrêmement intense pour moi**

	1	2	3	4	5
1. Exercer une profession intéressante					
2. Exercer une profession utile					
3. Avoir un revenu élevé					
4. Exercer une profession qui a du succès					
5. Réaliser quelque chose d'important					
6. Être une personne honnête					
7. Réussir dans la vie					
8. Développer toutes mes capacités					
9. Avoir un niveau de vie élevé					
10. Devenir très compétent dans mon métier					
11. Me réaliser ou réaliser (mes désirs, mes plans et mes projets)					
12. Être une personne respectée socialement					
13. Construire une solide position économique pour mon avenir					
14. Aider les autres (exprimer de la solidarité)					
15. Être une personne aimée					
16. Être une personne appréciée pour la professionnalité dont elle fait preuve dans son travail					
17. Atteindre un niveau social élevé					

18. Etre une personne appréciée pour sa bonté et son humanité					
19. Atteindre une position de pouvoir					
20. Etre riche					
21. Faire un travail pour aider les autres					
22. Découvrir, développer et projeter de nouvelles choses					
23. Etre reconnu comme une personne capable et compétente					
24. Etre libre d'exercer son propre travail					
25. Travailler pour rendre le monde meilleur					
26. Exercer une profession qui permette d'expérimenter des idées					
27. Créer quelque chose de nouveau dans son propre travail					
28. Exercer un travail qui permette de développer ses propres potentialités					

**Voici une liste de propositions, pour chacune des affirmations nous vous demandons d'exprimer votre opinion en utilisant l'échelle suivante :**

**1 = pas du tout**

**2 = un peu**

**3 = beaucoup**

		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>1.</b>	La plupart du temps je réalise les objectifs que je me fixe			
<b>2.</b>	Je sais exactement comment me remotiver lorsque mon enthousiasme diminue			
<b>3.</b>	Je sais exactement comment réduire mon anxiété			
<b>4.</b>	J'ai établi un programme d'action pour la concrétisation de mon projet professionnel (c'est-à-dire qu'est-ce que je dois faire et quand le faire)			
<b>5.</b>	S'il faut faire quelque chose je le fais sans hésitation			
<b>6.</b>	La plupart du temps je me sens en adéquation avec les situations			
<b>7.</b>	Quand je travaille sur mon projet professionnel, je suis en mesure de me concentrer sur les aspects positifs de celui-ci			
<b>8.</b>	Je peux rapidement me détendre même si je suis dans un état de forte tension			

	interne			
9.	Avant de me lancer dans une activité, je pense d'abord à tous les détails			
10.	Lorsque je décide de faire quelque chose je m'en occupe immédiatement			
11.	Pour la réalisation de mon projet, j'ai planifié des tâches à exécuter, même si je n'ai pas le temps de les faire			
12.	Je pense souvent à des choses qui n'ont rien à voir avec mon projet professionnel			
13.	Dans la plupart des situations, je me sens libre de faire ce que je pense être juste			
14.	Je peux facilement réduire une excitation excessive			
15.	Avant d'aborder une activité, je décide de la façon de procéder			
16.	Plusieurs choses réussissent parce que je les aborde avec beaucoup d'énergie			
17.	Lorsque je m'efforce à atteindre un objectif j'ai la capacité de m'identifier à mes actions.			
18.	Habituellement, lorsqu'une activité devient ennuyeuse, je sais comment la rendre intéressante			
19.	Je peux réduire mon niveau d'excitation s'il devient inquiétant			
20.	Souvent j'interromps ce que je fais avant même de l'avoir achevé			
21.	Lorsque je veux me concentrer sur mon projet professionnel, mes pensées divaguent souvent.			

**Avez-vous des commentaires sur le questionnaire ?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

—

\_\_\_\_\_

—

\_\_\_\_\_

—

## Merci pour votre participation !!!

### ➤ Autorisation de recherche

UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ I  
 .....  
 CENTRE DE RECHERCHE ET DE  
 FORMATION DOCTORALE EN  
 SCIENCES HUMAINES, SOCIALES  
 ET ÉDUCATIVES  
 .....  
 UNITÉ DE RECHERCHE ET  
 FORMATION DOCTORALE EN  
 SCIENCES HUMAINES ET  
 SOCIALES  
 .....  
 DÉPARTEMENT DE  
 PSYCHOLOGIE  
 .....



THE UNIVERSITY OF YAOUNDE  
 I  
 .....  
 POSTGRADUATE SCHOOL FOR  
 SOCIAL AND EDUCATIONAL  
 SCIENCES  
 .....  
 DOCTORAL RESEARCH UNIT  
 FOR SOCIAL SCIENCES  
 .....  
 DEPARTMENT OF  
 PSYCHOLOGY  
 .....

AUTORISATION DE RECHERCHE

Je soussigné EBALE MONEZE Chandel, Professeur des Universités, Chef du Département de Psychologie, certifie que Mlle AMBELA MENDO Edwige Linda matricule 09F023, étudiante en Master de psychologie option psychologie sociale à la Faculté des Arts, Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Yaoundé I poursuit actuellement une recherche libellée « Motivation entrepreneuriale et mobilisation du construit de volition des entrepreneurs camerounais » sous la direction du Professeur NYOCK ILOUGA Samuel.

Cette recherche nécessite une investigation dans diverses structures d'accompagnement et de suivi des entrepreneurs afin de finaliser son étude.

La présente autorisation de recherche lui est délivrée pour servir et valoir ce que de droit.

Fait à Yaoundé le 25 MAY 2022

Le Chef de Département



*Ebalé Monexé Chandel*  
 Professeur Titulaire

## TABLE DES MATIERES

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>i</b>
<b>DÉDICACE</b> .....	<b>i</b>
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LISTE DES FIGURES</b> .....	<b>iv</b>
<b>LISTE DES ÉQUATIONS</b> .....	<b>iv</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABRÉVIATIONS, ACRONYMES ET SIGLES</b> .....	<b>vii</b>
<b>RÉSUMÉ</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE</b> .....	<b>1</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : CADRE</b> .....	<b>4</b>
<b>CONCEPTUEL ET THÉORIQUE</b> .....	<b>4</b>
<b>CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1. Contexte de l'étude</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.1. Constat empirique</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.1.1. Statistiques sur l'emploi au Cameroun</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.1.2. Statistiques sur le chômage au Cameroun</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1.1.3. Efforts de promotion de l'auto-emploi</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.1.3.1. Promotion de l'auto-emploi dans le système scolaire</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1.1.3.2. Promotion de l'auto-emploi dans les structures d'accompagnement</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1.1.4. Quelques résultats des actions de promotion de l'entrepreneuriat</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1.2. Constat théorique</b> .....	<b>12</b>

1.2.	Problème de l'étude .....	15
1.3.	Questions de l'étude.....	16
1.3.1	Question principale de l'étude .....	16
1.3.2.	Questions secondaires de l'étude (Q.S.) .....	16
1.4.	Hypothèses de l'étude .....	16
1.4.1.	Hypothèse générale de l'étude .....	16
1.4.2.	Hypothèses opérationnelles (HO).....	17
1.4.3.	Objectif général.....	17
1.4.4.	Objectifs spécifiques (OS) .....	17
1.5.	Intérêt de l'étude.....	18
1.6.	Pertinence de l'étude .....	18
1.7.	Délimitation de l'étude .....	18
1.7.1.	Délimitation théorique de l'étude.....	18
1.7.2.	Délimitation géographique.....	19
1.8.	Démarche méthodologique .....	19
<b>CHAPITRE 2 : REVUE DE LA LITTÉRATURE .....</b>		<b>20</b>
2.1	Entrepreneuriat : mythes et réalités .....	20
2.1.1.	La vision antique de l'entrepreneur .....	20
2.1.1.1.	Le paradigme de l'opportunité d'affaires.....	20
2.1.1.2.	Le paradigme de l'innovation .....	21
2.1.1.3.	Le paradigme de la création de valeur.....	22
2.1.1.4.	Le paradigme de l'émergence organisationnelle.....	22
2.1.2.	Description par les traits .....	23
2.1.3	Déconstruction du mythe de l'entrepreneur .....	24
2.1.3.1.	L'entrepreneuriat à l'épreuve de la réalité.....	25
2.1.3.2.	Traumas, facteurs de création et de réussite entrepreneuriale : la résilience	

2.1.3.3. L'effectuation : fin de l'entrepreneur super-héros .....	27
2.2. Motivation entrepreneuriale .....	29
2.2.1. Ecoles de pensée de la motivation entrepreneuriale .....	30
2.2.2. Les dimensions/approches de la motivation entrepreneuriale.....	30
2.3. Le profil entrepreneurial.....	34
2.3.1. Les déterminants démographiques .....	36
2.3.3. Objectifs et dichotomie nécessité/opportunité.....	39
2.3.4. Comportements de création d'entreprise et dichotomie nécessité/opportunité	40
2.3.5. Secteur d'activité et dichotomie nécessité/opportunité .....	43
2.4. Le construit de volition .....	45
2.4.1. La neuropsychologie de la volition .....	45
2.4.2. Psychologie expérimentale de la volition .....	46
2.4.2.1. Opérationnalisation de la volition .....	46
2.4.2.2. Mesurer la volition : Le potentiel de préparation.....	50
2.4.2. Psychologie cognitive de la volition .....	53
2.4.3.1. Les capacités volitives .....	54
2.5. Motivation et volition.....	55
<b>CHAPITRE 3 : MODÈLES THÉORIQUES DE RÉFÉRENCE .....</b>	<b>58</b>
3.1. Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).....	58
3.2 La théorie de l'autodétermination de Deci et Ryan (2002) .....	60
3.2.1. Théorie de l'évaluation cognitive.....	Erreur ! Signet non défini.
3.3. Les théories de l'action.....	63
3.3.1. La théorie du contrôle de l'action .....	63
3.3.2. Le modèle des phases de l'action.....	64
3.3.3. Modèle hiérarchique de la volition (Moussa Mouloungui, 2012).....	68
<b>DEUXIÈME PARTIE : CADRE METHODOLOGIQUE.....</b>	<b>70</b>

<b>CHAPITRE 4 : MÉTHODOLOGIE .....</b>	<b>71</b>
<b>4.1. Rappel des questions, hypothèses et objectifs de recherche .....</b>	<b>71</b>
<b>4.1.1. Rappel des questions de recherche.....</b>	<b>72</b>
<b>4.1.2. Rappel des objectifs de recherche .....</b>	<b>72</b>
<b>4.1.3. Rappel des hypothèses de recherche .....</b>	<b>73</b>
<b>4.2.1. Les variables indépendantes .....</b>	<b>74</b>
<b>4.2.2. La variable dépendante .....</b>	<b>75</b>
<b>4.3. Méthode d'étude .....</b>	<b>76</b>
<b>4.4. Site de l'étude .....</b>	<b>77</b>
<b>4.5. Justification du choix du site de l'étude.....</b>	<b>78</b>
<b>4.6. Population d'étude.....</b>	<b>78</b>
<b>4.7. Technique d'échantillonnage et échantillon.....</b>	<b>79</b>
<b>4.7.1. Technique d'échantillonnage .....</b>	<b>79</b>
<b>4.7.2. Echantillon.....</b>	<b>79</b>
<b>4.7.2.1. Le genre.....</b>	<b>79</b>
<b>4.7.2.2. L'âge .....</b>	<b>80</b>
<b>4.7.2.3. Le statut matrimonial.....</b>	<b>80</b>
<b>4.7.2.4. Le niveau d'étude.....</b>	<b>81</b>
<b>4.7.2.5. Le domaine d'activité .....</b>	<b>82</b>
<b>4.7.2.6. La région d'origine .....</b>	<b>82</b>
<b>4.7.2.7. La religion .....</b>	<b>83</b>
<b>4.7.2.8. Typologie des entreprises .....</b>	<b>84</b>
<b>4.8. Instrument de collecte des données .....</b>	<b>84</b>
<b>4.9. Mesure des variables .....</b>	<b>86</b>
<b>4.9.1. La motivation entrepreneuriale.....</b>	<b>86</b>
<b>4.9.2. Le profil entrepreneurial .....</b>	<b>86</b>
<b>4.9.3. Les capacités volitives.....</b>	<b>87</b>

4.10.	Enquête préliminaire.....	87
4.11.	Validation du questionnaire .....	88
4.12.	Procédure de collecte des données.....	89
4.13.	Difficultés rencontrées .....	90
4.14.	Technique de traitement statistique des données .....	90
4.14.1.	Analyse de corrélations.....	91
4.14.2.	Régression linéaire simple.....	91
4.14.3.	Analyse de surface de réponse .....	92
<b>CHAPITRE 5 : PRÉSENTATION DES DONNÉES ET .....</b>		<b>93</b>
<b>ANALYSE DES RÉSULTATS .....</b>		<b>93</b>
5.1.	Analyse descriptive .....	93
5.1.1.	Description du profil entrepreneurial.....	93
5.1.1.1.	Profil entrepreneurial.....	93
5.1.1.2.	Profil entrepreneurial et sexe .....	94
5.1.1.3.	Répartition des participants suivant leur profil entrepreneurial et l'âge.....	94
5.1.1.4.	Profil entrepreneurial et la situation matrimoniale .....	95
5.1.1.5.	Profil entrepreneurial et le niveau d'étude .....	96
5.1.1.6.	Profil entrepreneurial et domaine d'activité.....	97
5.1.1.7.	Profil entrepreneurial et la région d'origine .....	99
5.1.1.8.	Profil entrepreneurial et religion .....	100
5.1.1.9.	Profil entrepreneurial et typologie des entreprises .....	101
5.1.2.	Description de la motivation entrepreneuriale .....	102
5.1.2.1.	La motivation prosociale.....	102
5.1.2.2.	La motivation au succès professionnel.....	102
5.1.2.3.	La motivation au succès social.....	103
5.1.2.4.	La motivation à l'innovation .....	103
5.1.3.	Description de la mobilisation des capacités volitives .....	104

5.1.3.1.	La capacité volitive d'autodétermination.....	104
5.1.3.2.	La capacité volitive d'automotivation.....	104
5.1.3.3.	La capacité volitive de résistance à l'incertitude .....	105
5.1.3.4.	La capacité volitive de contrôle de l'action .....	105
5.1.3.5.	La capacité volitive d'initiative .....	106
5.1.3.6.	La capacité volitive d'orientation vers l'action.....	106
5.1.3.7.	La capacité volitive de concentration.....	107
5.1.4.	Analyse corrélacionnelle.....	108
5.2.	Analyse inférentielle .....	111
5.2.1.	Vérification de la première hypothèse (HO <sub>1</sub> ).....	111
5.2.3.	Vérification de la troisième hypothèse (HO <sub>3</sub> ).....	113
5.2.4.	Vérification de la quatrième hypothèse (HO <sub>4</sub> ).....	117
<b>CHAPITRE 6 : DISCUSSION DES RESULTATS .....</b>		<b>120</b>
6.1.	Discussion des résultats selon les hypothèses de l'étude .....	120
6.1.1.	Discussion des résultats de la première hypothèse opérationnelle (HO <sub>1</sub> ).....	120
6.1.2.	Discussion des résultats de la deuxième hypothèse opérationnelle (HO <sub>2</sub> ) .....	121
6.1.3.	Discussion des résultats de la troisième hypothèse opérationnelle (HO <sub>3</sub> ).....	122
6.1.4.	Discussion des résultats de la quatrième hypothèse opérationnelle (HO <sub>4</sub> )....	123
6.2.	Limites de l'étude.....	124
6.3.	Perspectives .....	124
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>		<b>125</b>
<b>REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....</b>		<b>127</b>
<b>ANNEXES.....</b>		<b>148</b>