

## **La vision étudiante de l'entrepreneuriat dans une université canadienne**

Yvon Gasse, en collaboration avec Maripier Tremblay

Département de management, Faculté des sciences de l'administration

Palasis-Prince, local 1663

Université Laval, Québec, Qc, G1K 7P4

Yvon Gasse est professeur titulaire au Département de management de la Faculté des Sciences de l'administration de l'Université Laval. Ses projets de recherche actuels touchent les entrepreneurs naissants canadiens, l'entrepreneuriat étudiant et les chercheurs-entrepreneurs.

## **Sommaire**

Une étude réalisée à l'Université Laval, Québec, Canada, a permis de vérifier le potentiel entrepreneurial sur le campus universitaire et, par la même occasion, de mieux comprendre les besoins et attentes des étudiants en matière d'entrepreneuriat. Au total, 600 entrevues téléphoniques ont été complétées, à partir d'un échantillon aléatoire de tous les étudiants inscrits.

Selon les données recueillies, environ 3,2% des étudiants seraient présentement impliqués dans le démarrage d'une entreprise. De plus, il semble que 32,5% des étudiants aient déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte. Parmi ceux-ci, 43% prévoyaient le faire dans un horizon de plus de 5 ans après leurs études ; cependant, 7,9% le feraient pendant leurs études.

L'étude a aussi cherché à savoir quel rôle l'Université Laval devrait jouer dans le soutien aux étudiants entrepreneurs ainsi que les actions qu'elle devrait entreprendre à cette fin. De plus, les résultats montrent que l'ensemble des répondants se sent plus à l'aise avec certaines méthodes d'apprentissage pour l'enseignement de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, les motivations qui les pousseraient à créer une entreprise sont la volonté de devenir leur propre patron (30%), suivie par le désir d'autonomie et d'indépendance (14%). L'obstacle majeur empêchant de démarrer une entreprise ou d'être à son compte est d'abord et avant tout (45%) un manque de fonds.

## **Introduction**

Jusqu'à maintenant, certaines études ont permis de déterminer le potentiel entrepreneurial dans la population en général mais pas dans un milieu universitaire. Cette information est d'autant plus pertinente dans un contexte économique axé sur l'économie du savoir: l'entrepreneuriat s'impose de plus en plus dans les choix de carrière des étudiants universitaires. L'Université Laval, qui accueille près de 36,000 étudiants sur son campus, offre déjà des services aux étudiants entrepreneurs, mais l'ampleur du potentiel entrepreneurial de cette population est encore mal connu. La présente étude a pour principal objectif de comparer le potentiel entrepreneurial des étudiants de l'Université Laval à celui de la population en général et de vérifier les intérêts, les attentes, les intentions, la prévalence et les besoins spécifiques de ceux-ci.

Par cette recherche, on a tenté de voir comment les valeurs, les attitudes et les comportements (le potentiel entrepreneurial) des étudiants pouvaient les prédisposer à des intentions et des actions pouvant les mener à créer des entreprises ou encore à créer leur propre emploi.

On a aussi essayé de mieux comprendre quelles méthodes d'apprentissage pouvaient stimuler l'esprit d'entreprise, et quels types de soutien et de suivi seraient aptes à intéresser les étudiants.

### **Le processus entrepreneurial**

La création et le développement des nouvelles entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Les entrepreneurs initient une démarche de mobilisation et d'organisation des ressources dans le but de lancer, puis de développer des entreprises qui viendront combler des besoins.

Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières (Gasse et D'amours 2000); cependant, à l'examen de ces attributs, il nous faut reconnaître que ceux-ci peuvent varier selon les types d'entrepreneurs. De plus, force est de reconnaître que les prédispositions entrepreneuriales sont le fruit de l'évolution des personnes dans des milieux donnés.

Fondamentalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Les influences qui s'exercent sur cette décision peuvent se retrouver à trois niveaux ou moments cruciaux :

- Niveau de la désirabilité
- Niveau de la faisabilité
- Niveau de la création

La figure 1 tente de représenter les principaux éléments du processus entrepreneurial. L'intérêt de la figure réside dans la mise en évidence d'une réalité fort complexe et dynamique. Les différents niveaux d'analyse font apparaître non seulement la multiplicité des liens et des causalités mais aussi l'interpénétration constante des problématiques individuelles et sociales. Un modèle, même descriptif, n'est qu'une représentation partielle et simplifiée de la réalité; son seul but étant d'aider à mieux comprendre et à mieux appréhender les phénomènes. La vraie vie nous enseigne que chaque personne, chaque situation et chaque milieu possède sa dynamique propre et ses particularités, celles-ci ne pouvant pas être totalement généralisées; à la rigueur, cependant, elles peuvent servir d'illustrations.

Notre intérêt ici est de vérifier l'importance de certaines variables, spécifiquement sélectionnées, du processus entrepreneurial dans un contexte d'étudiants universitaires. Les autres éléments n'étant représentés que pour donner un aperçu de la globalité et de la complexité du phénomène.

### ***Désirabilité (Valeurs)***

L'entrepreneuriat étant avant tout une façon d'être, un style de vie, il importe de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat qui peuvent en influencer l'attraction ou encore mieux, la désirabilité. Les facteurs sociaux et culturels affectent directement la désirabilité perçue d'un comportement donné ou d'une action (OCDE 1998). Ainsi, lorsqu'un milieu, comme celui de l'université, valorise fortement l'entrepreneuriat, il en résultera une perception positive de cette activité chez les personnes qui composent ce milieu. La désirabilité englobe deux dimensions : d'abord la perception que les retombées du comportement entrepreneurial seront personnellement désirables et la perception qu'ils seront aussi socialement désirables. Dans un contexte universitaire, on peut voir comment les facultés, les programmes, les cours, les méthodes pédagogiques et les activités para-académiques peuvent jouer sur la désirabilité de l'entrepreneuriat. Il est aussi important de prendre en considération certains antécédents, comme l'âge, le genre, les expériences de travail, surtout celles reliées à l'entrepreneuriat et aux PME, ainsi que le niveau et les domaines d'études.

### ***Faisabilité (Perceptions)***

Plusieurs facteurs externes, souvent indépendants de l'individu, influencent l'entrepreneuriat. Il est clair qu'il existe entre ces facteurs une interaction qui crée des climats plus ou moins favorables à la création d'entreprise (Fortin 2002). Non seulement l'entrepreneur doit-il percevoir la désirabilité de l'acte entrepreneurial mais encore faut-il que ce dernier soit raisonnablement faisable. La faisabilité devient fonction d'une série de perceptions positives par rapport à la présence et à l'accessibilité de moyens et de ressources pertinents à la création d'entreprise. Certains de ces moyens peuvent relever de la capacité même de l'entrepreneur mais

plusieurs sont plutôt de l'ordre de l'environnement immédiat. La faisabilité devrait se refléter dans les intentions entrepreneuriales. Ainsi, dans le contexte universitaire, la probabilité de posséder son entreprise, les facteurs pouvant faciliter l'entrepreneuriat ou encore les obstacles perçus à la création d'entreprises sont des manifestations des intentions entrepreneuriales.

### ***Création (Moyens)***

La désirabilité et la faisabilité sont des conditions nécessaires mais non suffisantes pour la création des entreprises. Pour passer à l'action, les entrepreneurs potentiels doivent réunir les moyens et les ressources pertinents au bon moment et au bon endroit. Les ressources peuvent être humaines, financières, matérielles et informationnelles (Filion 2002). Les milieux qui offrent une disponibilité raisonnable de ces ressources et un accès intéressant à celles-ci sont nettement avantagés en termes du niveau de création de nouvelles entreprises. Dans le contexte universitaire, le rôle joué par l'université ou ses composantes peut être déterminant pour les entrepreneurs. Non seulement est-il intéressant de connaître la perception ou encore les attentes des étudiants vis-à-vis l'université par rapport à l'entrepreneuriat, mais on veut aussi saisir le taux d'incidence entrepreneurial. À ce sujet, il est pertinent de comparer l'intensité entrepreneuriale des étudiants sur le campus à celle de la population en général.

## **L'entrepreneuriat et les universités**

Régulièrement, des inventaires sont menés pour mieux connaître l'évolution des programmes, cours et spécialités en entrepreneuriat dans les universités. Par exemple, aux États-Unis, Vesper et Gartner (2001) ont démontré que plus de 100 universités offraient des programmes en entrepreneuriat, mais un nombre aussi élevé que 800 universités et collèges

dispensaient des cours en entrepreneuriat. Au Canada, l'enquête de Menzies (2000) indiquait que pratiquement toutes les universités et collèges offraient, soit des cours ou des programmes en entrepreneuriat. Par ailleurs, en France, les programmes et les cours en entrepreneuriat se sont développés à un rythme accéléré au cours des dix dernières années dans les universités, les « grandes écoles » et les écoles spécialisées, comme les écoles supérieures de commerce et d'administration (Fayolle 2003). C'est cependant en Europe qu'on dénote les initiatives pédagogiques les plus innovatrices des dernières années, comme les rapporte des auteurs comme Albert, Bernasconi et Boucand (1999), Goujet et Marion (1999) et Obrecht (1998). En Amérique, il semble que ce sont toujours les méthodes pédagogiques traditionnelles qui prédominent, comme l'élaboration d'un plan d'affaires, l'étude de cas, les exposés magistraux et les entrepreneurs invités (Fiet 2001; Solomon, Duffy et Tarabishy 2002 ; Katz 2003). Par ailleurs, il existe peu d'études empiriques sur l'impact de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur les étudiants, surtout en termes de comportements entrepreneuriaux, attitudes appropriées et habiletés acquises (voir entre autres, Béchard et Toulouse 1998 ; Chen, Greene et Crick 1998 ; Gorman, Hanlon et King 1998 ; Ehrlich, De Noble, Jung et Pearson 2000; Cox, Mueller et Moss 2003). Il semble cependant que les étudiants ayant suivi des cours en entrepreneuriat auraient acquis certaines caractéristiques entrepreneuriales plus intensément que d'autres qui ne l'auraient pas fait. Ainsi, on trouve des relations significatives entre les cours en entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale (Kolvereid et Moen 1997 ; Fayolle 2002) ; aussi, Noel (2001) a trouvé un lien entre l'enseignement de l'entrepreneuriat, l'intention entrepreneuriale et la perception de « self-efficacy » ; Hansemark (1998) a tenté d'associer le besoin d'accomplissement et l'internalité de contrôle avec les cours en entrepreneuriat. Enfin, un certain nombre d'études ont montré des taux d'intention entrepreneuriale assez intéressants au Canada et

ailleurs. Ainsi, Fillion, L'Heureux, Kadji-Youaleu et Bellavance (2002) ont montré que 57,7% des étudiants d'une université québécoise francophone avaient l'intention de démarrer une entreprise. Par ailleurs, Audet (2001) a trouvé que seulement 8% des étudiants d'une université québécoise anglophone avaient l'intention de créer leur entreprise à court terme ; par ailleurs, 45% de ces étudiants estimaient la probabilité qu'ils partent en affaires un jour à plus de 75%. Ces données se comparent à des clientèles étudiantes en Russie et en Norvège (Kolvereid 1996 ; Tkachev et Kolvereid 1999).

## **Approche et méthodologie**

### ***Population cible et échantillonnage***

La population visée par la recherche était constituée de l'ensemble des étudiants inscrits à l'Université Laval pour la session d'hiver 2002. L'échantillon a été déterminé de façon aléatoire à partir des fichiers fournis par l'Université Laval. De façon à préserver la confidentialité des coordonnées des étudiants, les services du Registraire de l'Université Laval ont sélectionné au hasard par ordinateur les sujets de l'étude.

### ***Questionnaire***

Le questionnaire a été développé par les auteurs. Celui-ci a été soumis à une firme professionnelle de sondage, qui a par la suite procédé à une révision technique du questionnaire, de même qu'à son prétest.

### ***Collecte et traitement de données***

Au total, 600 entrevues téléphoniques ont été complétées, et on estime le taux de réponse à 69,2% des numéros valides fournis. Au total, 20,5% des personnes pour lesquelles nous avons un numéro de téléphone valide n'ont pu être jointes au cours de la période d'enquête et 10,4% ont refusé d'y participer. Les résultats détaillés des appels et du calcul du taux de réponse sont présentés dans les tableaux 1 et 2. Comme il s'agit d'un échantillon aléatoire simple avec un excellent taux de réponse, les données n'ont pas été pondérées.

Le traitement statistique des données a été effectué par les chercheurs. Le fichier de données a été transmis par la firme de sondage dans un format SPSS, logiciel utilisé pour le traitement. La marge d'erreur d'échantillonnage maximale sur les résultats obtenus pour l'ensemble des 600 répondants est d'au plus 4% au niveau de confiance de 95%.

## **Résultats**

### ***Prévalence des entrepreneurs naissants et intentions des autres***

La cueillette des données sur le campus universitaire a notamment permis de déterminer certains taux de prévalence des entrepreneurs naissants. Sur les 600 répondants ayant participé à l'étude, 3,2% d'entre eux disent chercher activement à démarrer une entreprise.

Cependant, pour comparer le taux de prévalence sur le campus à celui d'une Étude nationale sur le démarrage d'entreprise (2000), il faut tenir compte de deux conditions supplémentaires. Le répondant, doit, en plus d'être activement impliqué dans un démarrage d'entreprise :

- Avoir fait des choses concrètes pour le démarrage de l'entreprise au cours des 12 derniers mois ;
- Être propriétaire ou co-propriétaire de l'entreprise en démarrage.

Plus de 73,7% des étudiants cherchant activement à démarrer une entreprise ont effectué des démarches concrètes au cours des 12 derniers mois ; de plus, 36,8% seront seuls propriétaires de l'entreprise en démarrage contre 63,2% qui le seront seulement en partie.

Ainsi, des 600 étudiants interrogés, 2,3% respectent l'ensemble des conditions. Il en ressort donc que le taux de prévalence sur le campus de l'Université Laval soit près de 28% plus élevé que celui de la population canadienne, qui, lui, est de 1,8%.

### ***Entrepreneur : un choix envisagé par plusieurs***

Les étudiants qui ne sont pas présentement impliqués dans le démarrage d'une entreprise<sup>1</sup> ont aussi été sondés afin de savoir s'ils avaient déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte. Les résultats montrent que 32,5% d'entre eux y ont déjà songé.

De ce nombre, 42,9% pensaient le faire à plus long terme, 31,2% dans les 3 à 5 années après leurs études et 14,8% dans les 2 ans après leurs études. Seulement 7,9% pensaient démarrer l'entreprise ou devenir travailleur autonome pendant leurs études. Finalement, 3,2% n'ont pas répondu à cette question.

---

<sup>1</sup> 581 répondants sont dans cette catégorie

### ***Conceptions de l'entrepreneuriat***

L'entrepreneuriat est un concept qui peut référer à plusieurs choses. Les répondants ont d'ailleurs identifié plusieurs éléments référant à ce terme ; le tableau 3 montre la fréquence des principales conceptions traditionnelles de l'entrepreneuriat.

Comme on pouvait s'y attendre, ce sont surtout les notions de création et de propriété d'entreprise qui dominent. Cependant, l'analyse de la catégorie – autres conceptions – de l'entrepreneuriat a permis de faire ressortir des éléments assez variés, comme on peut le voir dans le tableau 4.

Ces – autres – conceptions renvoient beaucoup à des notions reliées à des valeurs, des aptitudes, des attitudes, enfin à des styles de vie ou des façons d'être, témoignant ainsi de l'élargissement de la perception qu'on a ou qu'on aimerait avoir de l'entrepreneuriat.

### ***Sensibilisation à l'entrepreneuriat***

L'Université Laval met à la disposition des étudiants certains services en lien avec l'entrepreneuriat, entre autres, par l'intermédiaire d'Entrepreneuriat Laval, organisme d'aide et de soutien aux étudiants entrepreneurs. Cette section du sondage visait principalement à évaluer la connaissance et les perceptions qu'ont les étudiants de ces services de même que l'utilisation qu'ils en font.

### *Connaissances des services*

Parmi l'ensemble des services de soutien à l'entrepreneuriat disponibles aux étudiants de l'Université Laval, on peut retenir surtout ceux liés à l'apprentissage, à la sensibilisation et au suivi. Ainsi :

- 13,7% des répondants disent avoir déjà suivi un cours en entrepreneuriat ;
- 25,8% ont été informé des possibilités de carrière comme entrepreneur ;
- 42,5% des étudiants sondés ont pu acquérir des connaissances sur le monde des affaires durant leurs études ;
- 40,7% ont entendu parler d'entrepreneuriat à l'Université Laval;
- 21,7% connaissent Entrepreneuriat Laval ; de ceux-ci, 33,1% savent où sont situés les locaux de l'organisme ;
- 6,5% des répondants disent connaître le RÉEL (Regroupement des étudiants entrepreneurs de l'Université Laval), association étudiante qui vise à faire la promotion de l'entrepreneuriat auprès des étudiants.

### *Perceptions du rôle de l'université*

L'entrepreneuriat étant une option de carrière de plus en plus valorisée auprès de la population étudiante universitaire, il importe de mieux connaître les perceptions de celle-ci vis-à-vis le rôle que joue ou devrait jouer l'Université dans sa stimulation et son développement.

L'enquête nous montre que :

- 55,3% des répondants sont d'accord pour dire que l'Université reconnaît l'innovation, l'initiative et la création d'entreprises. Cependant, 96% affirment que l'Université devrait reconnaître formellement (par exemple, en créditant les activités entrepreneuriales) les efforts des étudiants pour créer leur propre entreprise.
- 94,7% affirment qu'il est important d'informer les étudiants sur l'entrepreneuriat.

### ***Probabilités de posséder son entreprise***

En ce qui concerne les probabilités de posséder un jour son entreprise, le sondage auprès des étudiants a donné les résultats présentés au tableau 5.

Ces perceptions quant aux probabilités de posséder un jour son entreprise sont semblables à celles déjà obtenues dans des études antérieures auprès des populations étudiantes de l'Université Laval, comme nous le verrons plus loin.

### ***Facteurs permettant de posséder une entreprise.***

Comme toute activité humaine, l'entrepreneuriat peut mieux se développer si certaines conditions facilitantes existent. Bien que plusieurs facteurs facilitants soient ressortis, seulement quelques-uns semblent vraiment significatifs.

Ainsi, parmi les facteurs mentionnés en premier lieu, un seul se démarque, soit le financement à 24,2%. Ensuite, parmi les facteurs mentionnés en second lieu, on retrouve encore une fois le financement à 20,3% et avoir les connaissances requises à 13,7%.

Ces résultats ne sont pas surprenants, compte tenu de l'importance accordée au financement dans la création d'entreprise par les médias, les institutions financières et les organismes publics et para-publics.

### ***Obstacles empêchant de posséder son entreprise.***

Souvent, les facteurs qui facilitent la possession d'entreprise sont les mêmes que ceux qui peuvent constituer des empêchements, s'ils ne sont pas présents de façon adéquate. C'est aussi le constat de cette étude, comme on peut le voir pour les principaux obstacles mentionnés en premier lieu, que sont le manque de fonds à 45,3% et le manque d'intérêt ou d'aptitudes à 6,7%. Parmi les facteurs mentionnés en deuxième lieu, on retrouve surtout, outre le manque de fonds à 13,7%, le manque de temps (9,6%) et la compétition et la concurrence (8,2%).

On remarque, encore une fois, que la disponibilité de fonds est perçue comme l'obstacle majeur avec près de la moitié des répondants l'ayant mentionné. Par ailleurs, on sait que la plupart des entreprises nouvelles ont été créées avec des fonds personnels très limités.

### ***Motivations principales pour créer une entreprise.***

Les motivations principales à créer son entreprise ou à être à son compte se ramènent souvent à quelques-unes, souvent toujours les mêmes. Cette population ne fait pas vraiment exception. Ainsi, les motivations énoncées en premier lieu par les répondants sont mentionnées au tableau 6.

Être son propre patron semble constituer la motivation principale. Cette notion peut cependant revêtir plusieurs aspects, comme celle du besoin d'accomplissement, souvent identifié

comme la motivation prédominante des créateurs d'entreprise dans les études classiques sur l'entrepreneuriat. On peut penser que selon les définitions retenues, ces deux motivations peuvent se rejoindre à plusieurs égards. Le tableau 7 présente les motivations à démarrer une entreprise mentionnées en deuxième lieu.

### ***Activités souhaitées pour le développement de l'entrepreneuriat***

On a vu précédemment que les étudiants percevaient un rôle pour l'Université dans la stimulation et le développement de l'entrepreneuriat. De façon plus concrète, les répondants ont été interrogés sur les activités et les méthodes que devrait mettre en place l'Université Laval pour promouvoir l'entrepreneuriat. Le tableau 8 présente le niveau de soutien des répondants pour la mise en place par l'Université Laval d'un certain nombre d'activités visant à promouvoir le développement de l'entrepreneuriat.

Les activités les plus fortement soutenues ont trait à des initiatives pratiques d'affaires comme l'accès aux réseaux d'affaires, la disponibilité de services conseils, les stages auprès d'entrepreneurs, le mentorat et l'aide au financement.

### ***Méthodes et activités académiques et para-académiques pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat***

À l'Université plusieurs activités académiques peuvent favoriser le développement de l'entrepreneuriat. Il est cependant intéressant de connaître l'intérêt des étudiants pour celles-ci. Le tableau 9 résume la perception des répondants pour un certain nombre de ces activités.

Encore une fois, ce sont les activités qui permettent à l'étudiant d'être en contact avec la réalité du terrain qui suscitent le plus d'intérêt, comme les stages en entreprise et les études de cas.

En ce qui concerne les activités para-académiques pouvant le plus favoriser le développement de l'entrepreneuriat, le tableau 10 fait état des perceptions des répondants vis-à-vis un certain nombre d'entre elles.

Ici, aussi, l'aspect pratique prédomine avec les services conseils et les concours de plans d'affaires.

### ***Profil et antécédents des répondants***

La plupart des études sur l'entrepreneuriat portent une attention spéciale aux profils et aux antécédents des entrepreneurs ; ces informations comprennent surtout l'âge, le niveau de formation, les domaines de compétences et l'expérience pertinente. Ainsi, dans cette population étudiante universitaire :

- 17,8% des répondants travaillent à leur compte.
- 66% des étudiants sondés poursuivent leurs études à temps plein.

Quant au niveau d'études, dont le tableau 11 en fait la présentation, les pourcentages sont assez représentatifs de la population étudiante de l'Université Laval. Les principales disciplines d'étude représentées dans l'échantillon sont présentées dans le tableau 12. De plus, selon le tableau 13, on peut voir que plus de 70% des étudiants sondés ont entre 20 et 29 ans.

## **Analyse et interprétation**

### ***Taux de prévalence et intentions***

#### ***Taux de prévalence des entrepreneurs naissants.***

Un des objectifs de cette recherche visait à connaître le taux de prévalence des entrepreneurs naissants parmi les étudiants de l'Université Laval, et de le comparer avec celui de la population canadienne. Cette comparaison est possible car la même méthodologie et les mêmes critères d'éligibilité ont été utilisés. Comme nous l'avons déjà souligné, le taux de prévalence sur le campus est plus élevé que dans la population en général : près de 30% plus élevé avec 2,3%, contre 1,8% dans la population en général. Il est possible cependant, que plusieurs étudiants qui sont activement impliqués dans le démarrage d'une entreprise lors de leurs études le fasse pour des raisons monétaires, et de façon temporaire ; souvent, lorsque leurs études sont terminées, ils acceptent un emploi dans leur domaine de spécialisation et se départissent de leur entreprise. Une étude longitudinale permettrait de vérifier cette hypothèse.

#### ***Intentions de démarrer une entreprise.***

Les résultats sur les intentions de démarrer une entreprise par les étudiants de l'Université Laval peuvent être comparés à ceux obtenus lors d'une étude réalisée en 1995 par le Groupe de recherche sur la PME de l'Université Laval et à une autre étude, Tremblay (2000) pour le même groupe de recherche.

En observant le tableau 14, on remarque certains écarts. Les différences entre les résultats de ces trois recherches peuvent s'expliquer par le choix de l'échantillon. En effet, dans les recherches précédentes, le choix des Facultés et des disciplines représentées dans l'échantillon était limité à celles qui présentaient la plus grande disponibilité et accessibilité vis-à-vis

l'entrepreneuriat. La caractéristique majeure de la présente étude est sa représentativité globale, puisque l'échantillon a été constitué de façon aléatoire à partir des listes officielles de tous les étudiants de l'Université Laval, sans égard aux programmes, disciplines et facultés.

Toutefois, les résultats démontrent un fort pourcentage d'étudiants qui songent à démarrer une entreprise, illustrant ainsi la présence de l'entrepreneuriat dans les choix de carrière potentiels des étudiants. Cependant, on comprend qu'il s'agit ici seulement d'intentions, et que l'écart entre le pourcentage de ceux qui songent éventuellement à créer leur entreprise et celui de ceux qui passent vraiment à l'action est assez important. En effet, comme nous l'avons déjà montré, le pourcentage d'étudiants cherchant – activement – à démarrer une entreprise est de 3,2% alors que le pourcentage de ceux ayant déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte est de 32,5%. De plus, la plupart y songe dans une perspective de plus de 3 ans après leurs études. Considérant la population de 36 000 étudiants que compte le campus de l'Université Laval, ceci voudrait dire qu'environ 1152 étudiants seraient présentement impliqués dans un démarrage d'entreprise et 11 700 auraient déjà songé à démarrer éventuellement une entreprise ou à travailler à leur compte ; on doit aussi se rappeler que 7,9% d'entre eux le feraient pendant leurs études, ce qui représente environ 925 étudiants.

### *Taux selon les facultés.*

Il semble que la majorité des étudiants entrepreneurs proviennent des facultés des sciences de l'administration (21%), des sciences et génie (15,8%) et des sciences sociales (21%). Ces trois facultés comptent aussi les plus grands pourcentages d'étudiants ayant déjà songé à démarrer une entreprise.

D'autres facultés présentent aussi des pourcentages élevés d'étudiants ayant déjà songé à démarrer une entreprise ; ainsi, on dénombre 66,7% en médecine dentaire, 64,7% en aménagement, architecture et arts visuels, suivi de pharmacie avec 44,4% et sciences de l'administration avec 43,9%.

Certaines de ces données recourent celles recueillies dans la dernière étude effectuée par le groupe de recherche sur la PME, qui en venait à la conclusion que les facultés avec les plus hauts taux d'intention étaient celles des sciences de l'agriculture et alimentation (31%), des sciences et génie (23%), des sciences de l'administration (13%) et finalement de foresterie (12%).

### ***Entrepreneuriat féminin***

Les femmes sont bien représentées aussi dans la catégorie des entrepreneurs potentiels. L'étude réalisée en 2000 montrait que 39% de femmes étaient potentiellement entrepreneurs. Dans la présente étude, parmi les 3,2% d'étudiants cherchant activement à démarrer une entreprise, près de 37% sont des femmes, comme on peut le voir au tableau 15.

De plus, du taux de 32,5% d'étudiants ayant déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte, près de 45% sont des femmes. Ces résultats démontrent la présence grandissante des femmes en entrepreneuriat ; sachant que les femmes sont de plus en plus nombreuses à faire des études universitaires (à l'Université Laval, elles sont 52%), il n'est pas surprenant de constater cette croissance.

### ***Connaissance des services***

Si l'on en croit les résultats présentés au Tableau 16, il semble que peu d'étudiants de l'Université Laval connaissent les services en entrepreneuriat présents sur le campus. Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'Université Laval compte deux services principaux pour stimuler et développer l'entrepreneuriat, Entrepreneuriat Laval et le REEL (Regroupement des Étudiants Entrepreneurs de Laval)

Il faut comprendre que ces services sont autofinancés, et que leur budget de publicité et de promotion sont très restreints ; de plus, souvent, les étudiants les confondent avec l'ensemble de tous les services offerts sur le campus.

### ***Formation et activités académiques et para-académiques***

L'Université Laval offre plusieurs cours et programmes en entrepreneuriat, surtout à la Faculté des sciences de l'administration, depuis un bon nombre d'années ; ces cours sont pour la plupart des cours crédités, et sont disponibles à tous les étudiants du campus.

#### ***Intentions de formation en entrepreneuriat.***

Les intentions de formation en entrepreneuriat sont très élevées chez les répondants. En effet, 40,8% des répondants sont intéressés à suivre des cours crédités. Ce pourcentage augmente à 75,5% pour les répondants ayant déjà songé à démarrer une entreprise ou à devenir travailleur autonome, comme le démontre le tableau 17.

### *Activités académiques.*

Le style d'apprentissage préconisé par les répondants est axé sur l'expérimentation et les activités de terrain. Comme on l'a vu, les stages en entreprise sont grandement favorisés (42,5%)<sup>2</sup>, suivis par des études de cas de démarrage d'entreprise (19,5%). Les répondants cherchant activement à démarrer une entreprise favorisent aussi les stages en entreprises (36.8%) et les études de cas (21.1%).

Les résultats sont cohérents avec ceux obtenus dans l'étude réalisée en 2000, dont les résultats montrent une préférence pour les ateliers/simulations, les rencontres d'entrepreneurs et les visites d'entreprises. Ainsi, il semble que les entrepreneurs potentiels favorisent les méthodes pratiques plutôt que la théorie et les cours magistraux.

### *Activités para-académiques.*

Les activités para-académiques favorisées par les étudiants des facultés<sup>3</sup> ayant les plus hauts taux d'intérêt pour l'entrepreneuriat sont sensiblement toutes les mêmes. Le tableau 18 présente les trois catégories d'activités les plus favorisées par faculté :

Par ailleurs, les choix des activités para-académiques en fonction de la volonté des répondants à démarrer une entreprise sont présentés au tableau 19.

Il semble donc que les trois activités (services conseils au PME, concours de plan d'affaires, clubs d'étudiants entrepreneurs) fassent l'unanimité quant à leur pertinence pour le soutien à l'entrepreneuriat.

---

<sup>2</sup> Les résultats correspondent au premier choix de réponse des répondants.

<sup>3</sup> Il s'agit des facultés des sciences de l'administration, des sciences et génie, des sciences sociales, d'aménagement, architecture et arts visuels

## Conclusion

Cette étude donne de bonnes pistes de réflexion sur la présence de l'entrepreneuriat sur le campus de l'Université Laval. Bien qu'elle ne soit qu'exploratoire, elle permet de réitérer les besoins en entrepreneuriat, principalement sur un campus universitaire. En effet, le taux de prévalence étant près de trente pourcent supérieur à celui de la population en général, une part non-négligeable d'étudiants sont en démarrage ou en pré-démarrage d'entreprise. Aussi, plus de 30% des étudiants interrogés ont déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte.

Ce qui ressort aussi de cette étude, c'est que les étudiants de l'Université Laval préconisent un support académique et para-académique axé sur des méthodes expérientielles. Ils espèrent aussi, tel que les résultats le montrent, que l'Université Laval s'engage de façon plus soutenue dans le support au démarrage d'entreprise. Les programmes de mentorat, de stages, l'accès au financement et aux réseaux d'affaires de même que les programmes d'accompagnement sont des méthodes qui semblent répondent aux besoins des étudiants. Finalement, les organismes présents sur le campus de l'Université sont peu connus des répondants.

En termes de perspectives, il faut se rappeler que le potentiel entrepreneurial d'un milieu, universitaire ou autres, n'est pas fixé dans le temps. Il peut s'accroître grâce à une variété d'interventions et de changements environnementaux qui favorisent l'émergence du talent entrepreneurial ou rendent son exploitation plus efficace lorsqu'il est déjà existant.

Une attitude positive face à l'entrepreneuriat, une manifestation d'approbation dans les programmes universitaires et les médias, la présentation de l'entrepreneuriat comme un style de vie, la valorisation du succès entrepreneurial à travers la reconnaissance sociale et les honneurs,

des aptitudes renforcées ainsi qu'une vigilance accrue à la perception des opportunités, des contenus pédagogiques axés sur la découverte, les inventions, le risque... tous ces facteurs serviront à promouvoir l'entrepreneuriat et à accroître l'utilisation de capacités créatrices déjà implantées dans le milieu universitaire. En fait, l'évolution de l'entrepreneuriat est fonction de l'interaction dynamique de caractéristiques individuelles et de facteurs socio-environnementaux.

### Références

Albert, P., M. Bernasconi, et F.X Boucand (1999). "L'enseignement de l'entrepreneuriat au CERAM: une histoire avec Sophia Antipolis", Actes du premier congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat. [*Présentation à une conférence*]

Audet, J. (2003). "Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois : seront-ils des entrepreneurs de demain?", Actes du Congrès de l'Association Canadienne des Sciences Administratives du Canada. [*Présentation à une conférence*]

Béchar, J.P. et J.M. Toulouse (1998). "Validation of a Didactic Model for the Analysis of Training Objectives in Entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4, 317-332. [*Article*]

Chen C.C., P.G. Greene et A. Crick (1998). "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?", *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4, 295-316. [*Article*]

Cox, L.W., S.L. Mueller et S.E. Moss (2003). “The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy”, *International Journal of entrepreneurship education*, vol. 1, no. 2, 229-247. [Article]

Ehrlich S.B., A.F. De Noble, D. Jung et D. Pearson, (2000). “The impact of entrepreneurship training programs on an individual’s entrepreneurial self-efficacy”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference Proceedings, [www.babson.edu/entrep/fer](http://www.babson.edu/entrep/fer). [Présentation à une conférence]

Fayolle A. (2002). “Les déterminants de l’acte entrepreneurial chez les étudiants et les jeunes diplômés de l’enseignement supérieur français », *Revue Gestion 2000*, n°4, 61-77. [Article]

Fayolle, A. (2003). *Le métier de créateur d’entreprise*, Paris : Editions d’Organisation. [Livre]

Fiet J.O, (2001a). “The pedagogical side of teaching entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, vol.16, n°2, 101-117 [Article]

Fiet J.O. (2001b). “The theoretical side of teaching entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, vol.16, n°1, 1-24. [Article]

Filion, L.J. (2002). *Savoir entreprendre : douze modèles de réussite*. Montréal, Les Presses de l’Université de Montréal. [Livre]

Filion, L.J., D. L'Heureux, D. Kadji-Youaleu, C. et F. Bellavance (2002). « L'entrepreneuriat comme carrière potentielle : une évaluation en milieu universitaire », Chaire d'entrepreneurship Maclean-Hunter, Cahier de recherche 2002-04, Montreal, HEC. [*Document de travail*]

Fortin, P.A. (2002). *La culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté*. Québec, Les Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship. [*Livre*]

Gasse, Y. et A. D'Amours (2000). *Profession : Entrepreneur*, Montréal, Les Éditions Transcontinentales. [*Livre*]

Gasse, Y., M. Diochon & T.V. Menzies (2002). « Entrepreneurs naissants au Canada : la trame des deux premières années ». Les Actes du 19<sup>ième</sup> Colloque du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat, Halifax. [*Présentation à une conférence*]

Gorman, G., D. Hanlon et W. King (1997). "Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review", *International Small Business Journal*, vol. 3, no. 4, 56-77. [*Article*]

Goujet, R. et S. Marion (1999). "Développer l'esprit d'entreprendre: bilan de quatre années d'expérience auprès d'étudiants en première année d'École Supérieure de Commerce à E.M. Lyon", Actes du premier congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat. [*Présentation à une conférence*]

Hansemark O.C., (1998). “The effects of an entrepreneurship program on need for achievement and locus of control of reinforcement”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol.4, n°1, 28-50. [Article]

Katz, J.A., (2003). “The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999”, *Journal of Business Venturing*, vol. 18, 283-300. [Article]

Kolvereid L., (1996) “Prediction of employment status choice intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.20, n°3, 45-57. [Article]

Kolvereid, L., (1996). “Organisational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.20, n°3, 23-31. [Article]

Menzies, T. V. (2000). *Entrepreneurship Education in Canada*, The John Dobson Foundation, Montreal. [Livre]

Noel T.W. (2001). “Effects of entrepreneurial education on intent to open a business”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference Proceedings, [www.babson.edu/entrep/fer](http://www.babson.edu/entrep/fer). [Présentation à une conférence]

Obrecht, J.J. (1998). “Entrepreneurship education and training in France : a new challenge to the universities”, 8<sup>th</sup> Global Inter-Ent Conference, Oestrich/Winkel, Germany. [Présentation à une conférence]

OCDE (1998). Stimuler l'esprit d'entreprise, Paris, France.[Rapport]

Solomon, G.T., S Duffy et A.Tarabishy (2002). "The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis", *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, no. 1, 2002, p. 65-87. [Article]

Tkachev, A. et L. Kolvereid , (1999). "Self-employment intentions among Russian students", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.11, n°3, 269-280. [Article]

Tremblay, G. (2000). *Profil des entrepreneurs potentiels de l'Université Laval*, septembre.  
[Essai]

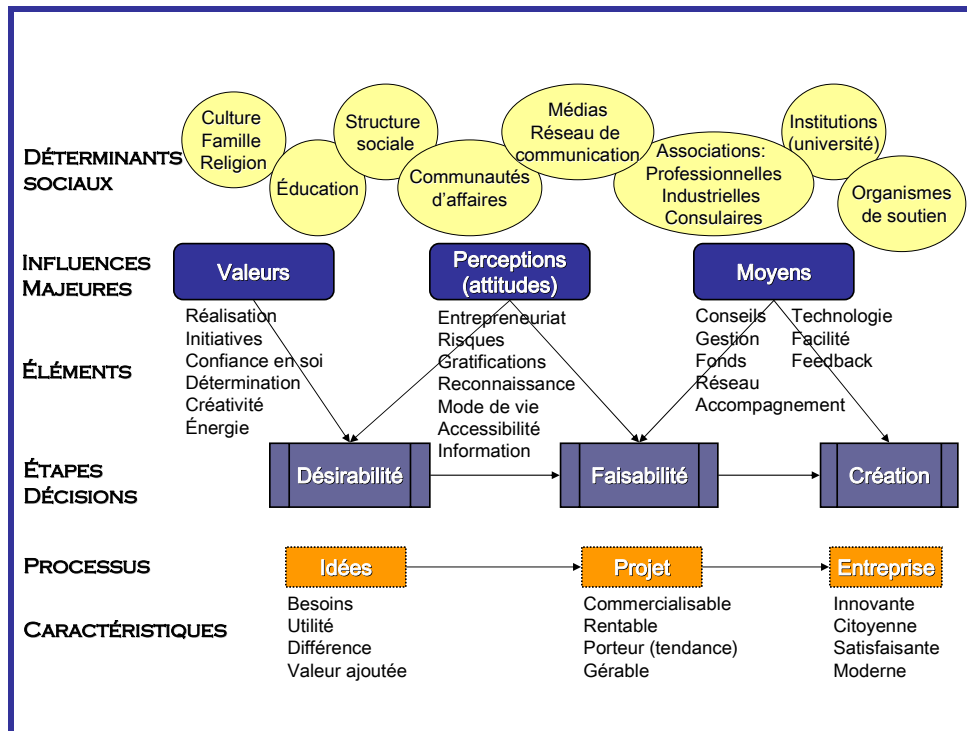
Varela R., J.E Jimenez (2001). "The effect of entrepreneurship education in the universities of Cali", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference Proceedings,  
[www.babson.edu/entrep/fer](http://www.babson.edu/entrep/fer). [Présentation à une conférence]

Vesper, K.H. et Gartner, W.B., (2001), *Compendium of entrepreneur programs*, University of Southern California, Lloyd Grief Center for Entrepreneurial Studies, Los Angeles, USA.

## Tableaux et figures

Figure 1

### Modèle du processus entrepreneurial



**Tableau 1****Données de l'échantillon**

Catégorie d'appels	Nombre
A. Échantillon de départ	962
B. Non-joints au cours de la période	146
C. Hors-services	55
D. Non résidentiels	7
E. Lignes en trouble	1
F. Non-éligibles	8
G. Hors strate	0
H. Incapacités/Autres langues	8
I. Absents	46
J. Incomplets	1
K. Refus de répondre	2
L. Refus de la personne sélectionnée	88
M. Entrevues complétées	600

**Tableau 2****Principaux indices du taux de réponse**

Indices	Taux
N. Numéros non-joints (B+E)	147
O. Numéros joints (A-(N+G))	815
P. Numéros joints inutilisables (C+D+H)	70
Q. Numéros joints utilisables (O-P)	745
R. Estimation du nombre de non-joints utilisables (NQ/O)	134
S. Estimé du nombre total de numéros utilisables (Q+R)	879
Non-réponse estimée (R+I/S)	20,5%
Refus (J+K+L)/S	10,4%
Taux de réponse estimé ((M+F)/S)	69,2%

**Tableau 3**

**Types de conceptions de l'entrepreneuriat**

Conception	Taux
La création d'une nouvelle entreprise	19%
L'achat d'une entreprise existante	0,2%
Le développement d'un nouveau produit/service	0,7%
La mise sur pied d'un organisme à but non lucratif	0,2%
Le lancement d'un nouveau projet	1,8%
La propriété d'une entreprise	11,5%
Autres	57%

**Tableau 4**

**Autres conceptions de l'entrepreneuriat**

Conceptions	Taux
Liberté, indépendance, autonomie	26,6%
Lié au concept d'entreprise	20,7%
Qualités requises	10,8%
Pertes et exigences	9,4%
Innovation, création	8,2%
Compétences requises	5,9%
Statut/emploi	4,1%
Accomplissement personnel	4,1%
Lié à des éléments de l'environnement et au rôle social (création d'emploi)	3,4%

**Tableau 5**

**Probabilités de posséder un jour son entreprise**

Probabilités	Taux
Fortes	15,3%
Moyennes	30,3%
Faibles	32,2%
Nulles	21,8%

**Tableau 6**

**Motivations à démarrer une entreprise en premier lieu**

Motivations	Taux
Être son propre patron	29,7%
Désir d'autonomie/Indépendance	13,8%
Faire de l'argent	7,2%

**Tableau 7**

**Motivations à démarrer une entreprise en deuxième lieu**

Motivations	Taux
Être son propre patron	14,3%
Faire de l'argent	13,7%
Avoir le pouvoir/avoir le contrôle	11,9%

**Tableau 8**

**Soutien pour la mise en place de différentes activités pour le développement de l'entrepreneuriat par l'Université Laval**

Formes de soutien	Taux
Offrir plus de formation	84,3%
Reconnaître les initiatives entrepreneuriales en les créditant	93,2%
Offrir des services conseils d'accompagnement aux porteurs de projets	96,8%
Utiliser des locaux et de l'équipement de l'université pour l'entreprise	90%
Mettre en place un incubateur d'entreprises	83,2%
Aider les porteurs de projets à se procurer du financement	95,5%
Donner accès aux réseaux d'affaires du milieu	98,2%
Offrir des stages crédités avec des entrepreneurs	96,7%
Créditer les projets d'entreprise	80,3%
Instaurer un programme de mentorat	95%

**Tableau 9**

**Perceptions des activités académiques favorisant le développement de l'entrepreneuriat**

Types d'activités académiques	1ère sélection	2ème sélection
Études de cas de démarrage d'entreprise	19,5%	13,1%
Visites d'entreprises	6,2%	12,7%
Conférences sur le démarrage d'entreprise	9,0%	16,2%
Rencontres avec des praticiens	8,3%	19,9%
Stages en entreprise	42,5%	17,1%
Entreprise d'entraînement	8,0%	9,9%

**Tableau 10**

**Perception des activités para-académiques favorisant le développement de l'entrepreneuriat**

Types d'activités para-académiques	1ère sélection	2ème sélection
Concours de plan d'affaires	26,7%	25,6%
Participation au fonctionnement des associations étudiantes	12,2%	15,7%
Clubs d'étudiants entrepreneurs	19,2%	26,3%
Services conseils aux PME fournis par des étudiants	41,0%	30,8%

**Tableau 11**

**Niveau d'étude des répondants**

Niveau d'étude	Taux
Baccalauréat	62,7%
Maîtrise	13,3%
Doctorat	4,8%
Diplôme	0,5%
Certificat	11,5%
Études libres	3,2%

**Tableau 12**

**Disciplines d'étude des répondants**

Disciplines d'étude	Taux
Lettres	11,7%
Sciences de l'administration	17,0%
Sciences de l'éducation	11,0%
Sciences et génie	17,7%
Sciences sociales	11,8%

**Tableau 13****Groupes d'âge des répondants**

Catégorie d'âge	Taux
Moins de 20 ans	3,8%
De 20 à 23 ans	45,7%
De 24 à 29 ans	25,2%
De 30 ans ou plus	25,3%

**Tableau 14****Comparaison des résultats sur les intentions de démarrage d'entreprise à trois moments différents**

	2002*	2000	1995	
A déjà songé ou envisageait de démarrer une entreprise :	32,5%	42%	59%	
Au cours des études	7,9%	n/a	Court terme	4%
2 ans après les études	14,8%	n/a	Moyen terme	22%
3 à 5 ans après les études	31,2%	n/a	Long terme	33%
A plus long terme	42,9%	n/a		
Ne sait pas	3,02%	n/a		

\* L'énoncé de la question dans l'étude réalisée au cours de l'hiver 2002 comprend à la fois l'intention sur le démarrage d'entreprise et sur le travail autonome.

**Tableau 15****Efforts de démarrage d'entreprise selon le genre**

	Homme	Femme
Cherche activement à démarrer une entreprise	63%	37%
A déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à son compte	55%	45%

**Tableau 16****Connaissance des services sur le campus selon les efforts de démarrage**

	Connaît Entrepreneuriat Laval	Connaît le REEL
Ensemble des répondants	21,7%	6,5%
Cherche activement à démarrer une entreprise	26,3%	0%
A déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à son compte	29,1%	11,6%

**Tableau 17****Intérêt pour la formation en entrepreneuriat selon les efforts de démarrage**

	Intéressé à suivre des cours crédités	Non-intéressé à suivre des cours crédités
Cherche activement à démarrer une entreprise	57.9%	42.1%
Ne cherche pas activement à démarrer une entreprise	40.3%	59.7%
A déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à son compte	75.5%	27,5%
N'a jamais songé à démarrer une entreprise ou à travailler à son compte	24.7%	75,3%

**Tableau 18****Préférences des activités para-académiques selon la faculté**

	Services conseils aux PME	Concours de plan d'affaires	Clubs d'étudiants entrepreneurs
Sciences de l'administration	48%	24.5%	14.7%
Sciences et génie	42.5%	26.4%	18.9%
Sciences sociales	35.2%	32.4%	16.9%
Aménagement, architecture et arts visuels	42.1%	36.8%	10.5%

**Tableau 19****Préférence des activités para-Académiques selon les efforts de démarrage**

	Services conseils aux PME	Concours de plan d'affaires	Clubs d'étudiants entrepreneurs
Cherchant activement à démarrer une entreprise	47.4%	21.1%	21.1%
Ne cherchant pas activement à démarrer une entreprise	40.8%	26.9%	19.1%