

---

## Le potentiel entrepreneurial dans les milieux d'enseignement

Louis Dussault, professeur et directeur général et Thierry Gagnon, chargé de projets  
Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage  
Université du Québec à Chicoutimi

---

### INTRODUCTION

**Un sondage pancanadien, réalisé récemment, révèle que 7,8 % de la population québécoise caresse l'idée de se lancer en affaires, comparativement à 14,1 % pour l'ensemble des Canadiens.**

Depuis quelques années, les propos qui sont émis au sujet de l'entrepreneuriat au Québec ne sont guère encourageants. En effet, on évoque souvent le fait que la culture entrepreneuriale du Québec et son indice accusent un retard comparativement aux autres provinces canadiennes. À cet effet, un sondage pancanadien, réalisé récemment, révèle que 7,8 % de la population québécoise caresse l'idée de se lancer en affaires, comparativement à 14,1 % pour l'ensemble des Canadiens<sup>1</sup>.

Parallèlement, dans le domaine de l'éducation, le gouvernement du Québec s'est donné comme mandat de développer l'entrepreneuriat individuel et collectif en créant, en 2004, le Défi de l'entrepreneuriat jeunesse. Pour y arriver, plusieurs mesures ont été mises en place dans les établissements d'enseignement primaire, secon-

daire et de formation professionnelle afin d'y intensifier le développement de la culture entrepreneuriale.

C'est donc en lien avec ce constat que le Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage de l'Université du Québec à Chicoutimi (CEE-UQAC) a réalisé deux études<sup>2</sup> qui avaient comme objectif de mesurer le potentiel entrepreneurial chez la clientèle de différents niveaux scolaires (universitaire, collégial et formation professionnelle). La pertinence de réaliser de telles études réside principalement dans l'intérêt des différents intervenants socioéconomiques et du secteur de l'éducation de développer une culture entrepreneuriale régionale.

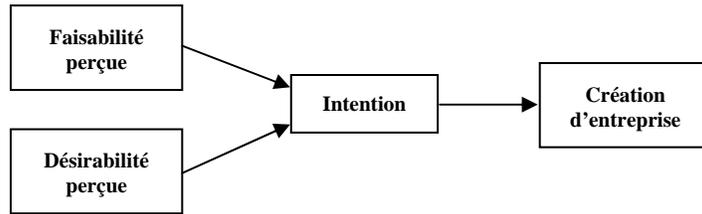
**Plusieurs mesures ont été mises en place par le gouvernement du Québec dans les établissements d'enseignement primaire, secondaire et de formation professionnelle afin d'y intensifier le développement de la culture entrepreneuriale.**

### 1. LA THÉORIE SUR LES INTENTIONS DE DÉMARRER UNE ENTREPRISE

En matière de cadre théorique, les deux études mentionnées ci-hauts se réfèrent à la « notion d'intention » qui est liée à la théorie du comportement planifié. Celle-ci cherche à prédire et expliquer les comportements d'un individu. On explique que la volonté d'entreprendre constitue un excellent indice de prédiction du passage à l'acte<sup>3</sup>. Les études du CEE-UQAC se réfèrent également aux différents écrits expliquant le processus de création d'une entreprise et de l'acte de créer une entreprise<sup>4</sup>.

De plus, l'intention d'agir s'explique par des facteurs de désirabilité et de faisabilité. Ainsi, la désirabilité est liée à l'attractivité du comportement (créer son entreprise) pour l'individu alors que la faisabilité est associée aux croyances de ce dernier dans ses capacités à réaliser le projet avec succès<sup>5</sup>. Tel qu'illustré à la figure 1, le modèle indique que plus la perception de désirabilité et de faisabilité d'un projet est forte, plus l'intention de créer son entreprise est grande.

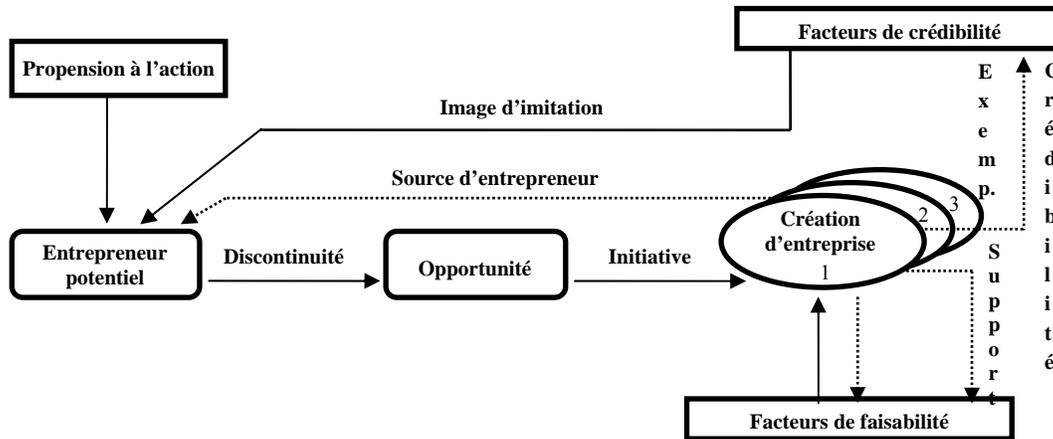
**Figure 1 : Modèle de Shapero et Sokol**



Selon l'analyse présentée ci-dessous, la création d'une entreprise s'explique par la présence d'individus possédant les caractéristiques psychologiques spécifiques. Ces individus choisissent alors de créer leur entreprise dans la mesure où ils ont identifié une occasion d'affaires et qu'ils ont fait une évaluation concrète

de l'acte en termes de crédibilité et de désirabilité dans le milieu et qu'ils en perçoivent la faisabilité. Pour les fins de synthèse de cette approche théorique à la base de cette recherche, la figure 2 présente un cadre perceptuel mettant en relief le lien entre les variables sous étude.

**Figure 2 : Modèle de création d'entreprise**



**2. LA MÉTHODOLOGIE**

Pour répondre à l'objectif principal de ces recherches, deux cueillettes de données ont été effectuées. La première a été réalisée auprès des étudiants universitaires et collégiaux du Saguenay–Lac-Saint-Jean et de Sept-Îles par l'intermédiaire d'un questionnaire en ligne. L'échantillon de cette étude était de 1 408 répondants et sa marge d'erreur est de 2,55 % avec un niveau de confiance de 95 %. La prise de données a été réalisée sur une période de 7 semaines, soit du mois de février au mois de mars 2009. La seconde étude a été effectuée auprès des élèves des centres de formation professionnelle du Saguenay–Lac-Saint-Jean à

l'aide du même questionnaire et qui a été distribué en classe par les enseignants. L'échantillon de cette étude était de 1 494 répondants avec une marge d'erreur de 0,0025 % et un niveau de confiance de 95 %. La prise de données s'est échelonnée sur une durée d'environ 8 semaines, soit de septembre à octobre 2009. Le questionnaire, utilisé pour les deux études, était composé de 31 questions fermées et de quelques questions filtres. L'échelle de mesure était de type nominal et, à certaines occasions, l'utilisation d'une échelle de mesure de type ordinal et de rapport a été requise<sup>6</sup>.

### 3. ANALYSE DES RÉSULTATS

Il est important de souligner que ces études n'ont pas été réalisées pour des fins comparatives. Cependant, les résultats enregistrés pour les différents groupes (les étudiants universitaires, les étudiants collégiaux et les élèves des centres de formation professionnelle) seront mis en évidence afin de préciser certaines dimensions.

naire se compose de 48,6 % d'hommes et de 51,4 % de femmes. Par ailleurs, les femmes représentent la majorité des populations universitaire (65,9 %) et collégiale (62 %). Par contre, ce sont les hommes (60,2 %) qui constituent la plupart de l'échantillon pour les centres de formation professionnelle.

#### 3.1 Le profil des répondants

Globalement tel que mentionné au tableau 1, l'ensemble des personnes qui ont répondu au question-

**Tableau 1 : Le profil des répondants**

Sexe								
	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Hommes	220	34,1	282	38,0	897	60,2	1399	48,6
Femmes	425	65,9	461	62,0	592	39,8	1478	51,4
<b>Total</b>	<b>645</b>	<b>24,4</b>	<b>743</b>	<b>25,8</b>	<b>1489</b>	<b>50,8</b>	<b>2877</b>	<b>100,0</b>
Âge								
	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
25 ans et moins	432	66,9	701	94,2	1 039	69,6	2172	75,4
26 ans à 35 ans	167	25,9	36	4,8	274	18,4	477	16,6
36 ans et plus	47	7,3	7	1,0	179	12,0	233	8,0
<b>Total</b>	<b>646</b>	<b>22,4</b>	<b>744</b>	<b>25,7</b>	<b>1492</b>	<b>51,8</b>	<b>2882</b>	<b>100,0</b>
Statut étudiant								
	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Temps plein	497	77,3	722	96,9	1 461	98,0	2 680	93,1
Temps partiel	141	21,9	19	2,6	29	2,0	189	6,6
Étudiant libre	5	0,8	3	0,4	0	0,0	8	0,3
<b>Total</b>	<b>643</b>	<b>22,4</b>	<b>744</b>	<b>25,8</b>	<b>1490</b>	<b>51,8</b>	<b>2877</b>	<b>100,0</b>
Statut d'emploi								
	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Temps plein	110	17,1	9	1,2	58	3,9	177	6,2
Temps partiel	316	49,0	417	56,2	561	38,1	1 294	45,2
Sans emploi	207	32,1	313	42,2	827	56,2	1 347	47,1
Propriétaire-copropriétaire d'une entreprise	12	1,9	3	0,4	27	1,8	42	1,5
<b>Total</b>	<b>645</b>	<b>22,4</b>	<b>742</b>	<b>25,9</b>	<b>1473</b>	<b>51,4</b>	<b>2860</b>	<b>100,0</b>

Les trois quarts des individus (75,4 %) sont âgés de 25 ans et moins et une grande partie des répondants étudient à temps plein (93,1 %)<sup>a</sup>. De plus, un grand nombre de jeunes aux études travaillent à temps partiel. (45,2 %)<sup>b</sup>, bien que plusieurs sont sans emploi (47,1 %).

Les étudiants collégiaux sont définitivement plus jeunes puisque 94,2 % se situent dans la classe des 25 ans et moins, comparativement à 69,6 % des élèves des centres de formation professionnelle et à 66,9 % des étudiants universitaires. Ce sont chez les étudiants universitaires

que l'on retrouve le plus grand nombre d'étudiants à temps partiel (21,9 %). Les élèves qui fréquentent les centres de formation professionnelle sont majoritairement sans emploi (56,2 %) alors que les étudiants universitaires (49,0 %) et collégiaux (56,2 %) travaillent à temps partiel. Les résultats obtenus reflètent les caractéristiques particulières que l'on observe dans chacune de ces populations étudiées.

### 3.2 Les antécédents entrepreneuriaux des étudiants

Les antécédents liés à la prédisposition d'un individu à l'entrepreneuriat peuvent s'expliquer par diverses variables telles que le sexe, l'âge, l'expérience de travail, le domaine d'études, l'expérience entrepreneuriale et les antécédents familiaux<sup>7</sup>. Afin d'analyser les antécédents

entrepreneuriaux, nous nous sommes concentrés sur l'incidence de la présence de modèles entrepreneuriaux dans la famille et l'entourage. Ces modèles auraient une influence sur les personnes qui ont l'intention de se démarrer en affaires. Certains individus éprouvent de l'admiration envers ceux-ci et tentent de les imiter<sup>8</sup>. À la lumière des résultats du tableau 2, on observe que ce sont les étudiants collégiaux (2,8 %) qui possèdent le moins d'expérience en affaires, comparativement aux étudiants universitaires (6,2 %) et aux élèves de la formation professionnelle (7,0 %). Par ailleurs, une quantité appréciable de l'ensemble des répondants, soit plus de 60,0 %, ont au moins une personne de leur entourage<sup>c</sup> qui est en affaires, alors que 21,8 % de ceux-ci ont un membre de leur famille<sup>d</sup> en affaires.

**Tableau 2 : Antécédents entrepreneuriaux**

Questions	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Entourage en affaires (père, mère, frère, sœur, oncle, tante, grand-père, grand-mère, amis) ?								
Oui	411	63,6	466	62,9	897	60,1	1774	61,6
Non	235	36,4	275	37,1	595	39,9	1105	38,4
<b>Total</b>	<b>646</b>	<b>22,4</b>	<b>741</b>	<b>25,7</b>	<b>1492</b>	<b>51,8</b>	<b>2879</b>	<b>100,0</b>
Famille en affaires (père, mère) ?								
Oui	133	20,6	172	23,2	324	21,7	629	21,8
Non	513	79,4	570	76,8	1170	78,3	2253	78,2
<b>Total</b>	<b>646</b>	<b>22,4</b>	<b>742</b>	<b>25,7</b>	<b>1494</b>	<b>51,8</b>	<b>2882</b>	<b>100,0</b>
Expériences en affaires ?								
Oui	40	6,2	21	2,8	104	7,0	165	5,7
Non	606	93,8	720	97,2	1390	93,0	2716	94,4
<b>Total</b>	<b>646</b>	<b>22,4</b>	<b>741</b>	<b>25,7</b>	<b>1494</b>	<b>51,9</b>	<b>2881</b>	<b>100,0</b>

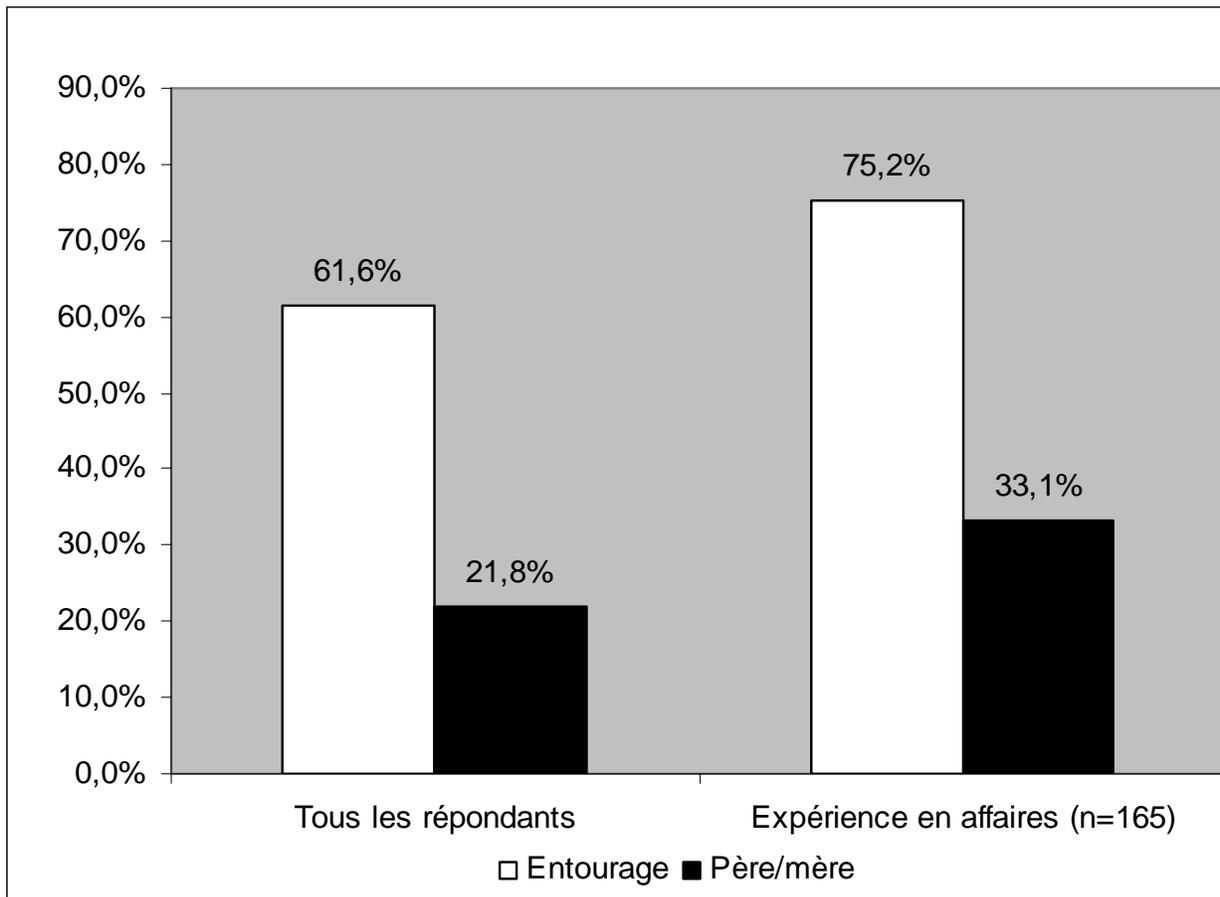
Dans l'ensemble, 5,7 % de tous les répondants détiennent déjà une expérience d'affaires, c'est-à-dire qu'ils ont déjà possédé une entreprise. Entre autres, une analyse complémentaire, illustrée à la figure 3, permet de constater que ce groupe de personnes a une plus forte concentration d'entrepreneurs dans leur famille (33,1 %) et dans leur entourage (75,2 %).

Une étude du Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM<sup>9</sup> indique que 82,6 % des 35 lauréats de leur concours en entrepreneuriat ont un parent (père ou mère) qui a démarré une entreprise et

80,0 % de ceux-ci affirment avoir été inspirés par des modèles dans leur métier d'entrepreneur. Une autre étude, réalisée auprès de 606 jeunes entrepreneurs âgés de moins de 30 ans, démontre que 44,0 % des répondants avaient un ou plusieurs entrepreneurs parmi les membres de leur famille<sup>10</sup>.

**Une autre étude, réalisée auprès de 606 jeunes entrepreneurs âgés de moins de 30 ans, démontre que 44,0 % des répondants avaient un ou plusieurs entrepreneurs parmi les membres de leur famille.**

**Figure 3: Entourage et famille en affaires**



### 3.3 L'idée d'affaires

**La reconnaissance d'une idée d'affaires n'est pas un élément suffisant pour qu'un individu réalise son projet d'entreprise. Il doit aussi y avoir une intention, de la part du futur entrepreneur, de vouloir passer à l'acte.**

Un individu croyant détenir une bonne idée d'affaires doit la confronter avec son environnement afin de pouvoir la valider et d'y déceler une opportunité sur les marchés. L'identification et la validation d'une idée d'affaires est l'une des premières étapes dans le processus de démarrage d'entreprise. Cependant, la reconnaissance d'une idée d'affaires n'est pas un élément suffisant pour qu'un individu réalise son projet d'entreprise. Il doit aussi y avoir une intention,

de la part du futur entrepreneur, de vouloir passer à l'acte<sup>11</sup>.

Comme l'indique le tableau 3, la plupart des répondants admettent avoir déjà eu une idée d'affaires (universitaire : 58,9 %; collégial : 46,7 % et formation professionnelle : 45,1 %). Dans l'ensemble, cette idée émerge principalement d'un loisir ou d'un passe-temps (18,8 %), de leur domaine d'études (24,5 %), de leur expérience de travail (19,8 %) ou bien d'un champ de compétences professionnelles (12,9 %). Beaucoup ont discuté de leur idée d'affaires avec diverses personnes afin de vérifier son potentiel (56,9 %). De plus, on constate que les personnes les plus consultées font partie de ce qu'on appelle le réseau de proximité, soit les membres de la famille (33,1 %), les amis (23,5 %) et le conjoint ou la conjointe (18,2 %).

**Tableau 3 : Idée d'affaires**

Questions	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>Identification d'une idée d'affaires ?</i>								
Oui	381	58,9	348	46,7	673	45,1	1402	48,6
Non	266	41,1	397	53,3	820	54,9	1483	51,4
<b>Total</b>	<b>647</b>	<b>22,4</b>	<b>745</b>	<b>25,8</b>	<b>1492</b>	<b>51,7</b>	<b>2886</b>	<b>100,0</b>
<i>Provenance de l'idée d'affaires ?</i>								
Domaine d'études	177	29,7	149	28,5	241	20,1	567	24,5
Expérience de travail	120	20,2	70	13,4	268	22,4	458	19,8
Loisir ou passe-temps	106	17,8	138	26,4	192	16,0	436	18,8
Champ de compétences professionnelles	74	12,4	55	10,5	169	14,1	298	12,9
Innovation/invention	32	5,4	49	9,4	87	7,3	168	7,3
Achat d'une licence ou d'une franchise	22	3,7	28	5,4	91	7,6	141	6,1
Offre d'un partenaire	26	4,4	16	3,1	88	7,4	130	5,6
Observation lors d'un voyage	23	3,9	9	1,7	39	3,3	71	3,1
Autre	15	2,5	8	1,5	21	1,8	44	1,9
<b>Total</b>	<b>595</b>	<b>25,7</b>	<b>522</b>	<b>22,6</b>	<b>1196</b>	<b>51,7</b>	<b>2313</b>	<b>100,0</b>
<i>Personnes avec qui l'idée d'affaires a été discutée ?</i>								
Membre de la famille	120	30,5	118	37,3	240	32,6	478	33,1
Ami	85	21,6	90	28,5	165	22,4	340	23,5
Conjoint	77	19,6	43	13,6	143	19,4	263	18,2
Gens d'affaires	24	6,1	22	7,0	54	7,3	100	6,9
Collègue de travail	35	8,9	12	3,8	33	4,5	80	5,5
Patron	11	2,8	6	1,9	33	4,5	50	3,5
Intervenant socioéconomique	17	4,3	7	2,2	21	2,9	45	3,1
Professeur	7	1,8	12	3,8	22	3,0	41	2,8
Comptable	7	1,8	2	0,6	13	1,8	22	1,5
Ingénieur	4	1,0	1	0,3	4	0,5	9	0,6
Avocat	1	0,3	0	0,0	3	0,4	4	0,3
Autre	5	1,3	3	0,9	5	0,7	13	0,9
<b>Total</b>	<b>393</b>	<b>27,2</b>	<b>316</b>	<b>21,9</b>	<b>736</b>	<b>50,9</b>	<b>1445</b>	<b>100,0</b>

L'étude du Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM auprès de ses 35 lauréats en entrepreneuriat indique que l'activité principale de leur entreprise est en lien avec leur champ d'études dans 68,6 % des cas. Dans cette perspective, nous pouvons donc affirmer que les entrepreneurs mettent en œuvre des projets pour lesquels ils ont de l'expérience et des connaissances. De plus, les amis et la famille jouent un rôle important dans la réalisation de ces plans et, plus spécialement, lors de situations difficiles<sup>12</sup>. Les résultats des deux études confirment, eux aussi, que l'idée d'affaires provient principalement des connaissances et des expériences de travail et que la famille et les proches occupent une place importante dans le développement du projet d'affaires.

### 3.4 Les intentions entrepreneuriales

La distinction entre de fortes ou de faibles intentions entrepreneuriales d'une personne ou d'un groupe d'individus se mesure par les actions et les gestes entrepris pour mener à terme

un projet<sup>13</sup>. Toutefois, il existe plusieurs causes imprévisibles qui peuvent freiner les intentions de se lancer en affaires.

Tel que présentée au tableau 4, une analyse entre les différents groupes permet de constater qu'il y a plus d'étudiants universitaires (34,2 %) et collégiaux (35,9 %) n'ayant aucun intérêt à se lancer en affaires comparativement aux élèves des centres de formation professionnelle (23,7 %). Parmi ceux qui veulent se lancer en affaires, la plupart préfèrent créer leur propre entreprise (plus de 70 % dans les différents groupes) et peu d'entre eux désirent acheter une entreprise existante ou reprendre l'entreprise familiale (environ 15 % pour tous les groupes). Une proportion intéressante se lancerait en affaires avec un ou des partenaires (plus de 40 % pour chacun des groupes). Beaucoup de répondants ont donc l'intention de se lancer en affaires (55,1 %). Enfin, peu désirent se lancer en affaires pendant ou immédiatement après leurs études (11,5 %), mais plutôt quelques années après la fin de leurs études (36,4 %).

**Tableau 4: Les intentions de se lancer en affaires**

Questions	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>Intention de se lancer en affaires ?</i>								
Oui	366	57,0	387	52,0	827	55,9	1580	55,1
Non	264	41,1	344	46,2	623	42,1	1231	43,0
Je suis déjà en affaires	12	1,9	13	1,7	29	2,0	54	1,9
<b>Total</b>	<b>642</b>	<b>22,4</b>	<b>744</b>	<b>26,0</b>	<b>1479</b>	<b>51,6</b>	<b>2865</b>	<b>100,0</b>
<i>Se lancer en affaires seul ou avec un ou des partenaires ?</i>								
Seul	71	11,0	92	12,4	258	17,3	421	14,6
Avec un ou des partenaires	272	42,0	313	42,1	689	46,2	1274	44,2
Je ne désire pas me lancer en affaires	221	34,2	267	35,9	354	23,7	842	29,2
Je ne sais pas	83	12,8	72	9,7	190	12,8	345	12,0
<b>Total</b>	<b>647</b>	<b>22,4</b>	<b>744</b>	<b>25,8</b>	<b>1491</b>	<b>51,7</b>	<b>2882</b>	<b>100,0</b>
<i>Manière souhaitée de se lancer en affaires ?</i>								
En créant mon entreprise	313	74,5	355	75,1	849	75,0	1517	74,9
En achetant une entreprise existante	47	11,2	50	10,6	113	10,0	210	10,4
En achetant une franchise/licence	39	9,3	41	8,7	67	5,9	147	7,3
En reprenant l'entreprise familiale	17	4,0	24	5,1	75	6,6	116	5,7
Autre	4	1,0	3	0,6	28	2,5	35	1,7
<b>Total</b>	<b>420</b>	<b>20,7</b>	<b>473</b>	<b>23,4</b>	<b>1132</b>	<b>55,9</b>	<b>2025</b>	<b>100,0</b>
<i>Moment prévu de se lancer en affaires ?</i>								
Pendant mes études	29	4,5	14	1,9	19	1,3	62	2,2
Juste après l'obtention de mon diplôme (certificat, attestation).	48	7,4	69	9,3	150	10,1	267	9,3
Quelques années après l'obtention de mon diplôme (certificat, attestation).	190	29,4	241	32,4	616	41,3	1047	36,4
Je suis déjà en affaires	12	1,9	13	1,7	26	1,7	51	1,8
Je n'ai aucun intérêt	221	34,3	267	35,9	354	23,7	842	29,2
Je ne sais pas	145	22,5	139	18,7	327	21,9	611	21,2
<b>Total</b>	<b>645</b>	<b>22,4</b>	<b>743</b>	<b>25,8</b>	<b>1492</b>	<b>51,8</b>	<b>2880</b>	<b>100,0</b>

Une étude de la Fédération canadienne des entreprises indépendantes (FCEI)<sup>14</sup> indique que 30,0 % des gens ont déjà envisagé de posséder une entreprise alors que 23,0 % y ont songé sérieusement. Toujours selon cette même étude, 43,0 % des répondants du Québec ne souhaitent pas fonder une entreprise. Dans un autre ordre d'idées, une enquête nous informe que 7,9 % des étudiants ont pensé se lancer en affaires pendant leurs études alors que 32,2 % prévoient le faire de 3 à 5 ans après leurs études<sup>15</sup>. Sommairement, les résultats de ces deux études prouvent qu'il y a une certaine concordance avec les résultats des autres recherches concernant l'entrepreneuriat, autant à l'égard de la population que dans les milieux scolaires.

### 3.5 Les motivations et les obstacles à l'entrepreneuriat

Il existe des facteurs intrinsèques qui peuvent motiver ou freiner un individu à se lancer en affaires. On peut énumérer plusieurs facteurs qui

pousseraient un individu à passer à l'action. On retrouve certains éléments positifs dans les facteurs de motivation, comme le fait qu'une personne se sente prête financièrement et professionnellement ou qu'elle identifie une opportunité (nouvelle idée, nouveau marché, offre d'un partenaire, etc.). Cependant, il y a aussi des facteurs négatifs de motivation (perte d'emploi, mise à pied, insatisfaction dans son travail, mauvaises conditions de travail)<sup>16</sup>.

Il est démontré au tableau 5 que la première motivation indiquée par les répondants est « d'être son propre patron » (universitaire : 16,0 %; collégial : 17,9 % et formation professionnelle : 23,3 %). Globalement, les autres principales motivations énoncées par les trois groupes sont : « créer mon emploi » (15,3 %), « relever des défis » (15,1 %), « la possibilité de revenus plus élevés » (14,8 %), « atteindre des objectifs personnels » (13,7 %) et « une bonne idée d'affaires » (11,9 %).

**Tableau 5: Les motivations et les obstacles à se lancer en affaires**

Questions	Universitaire		Collégial		Formation professionnelle		Global	
	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>Motivation à se lancer en affaires ?</i>								
Être mon propre patron/indépendance	194	16,0	253	17,9	673	23,3	1120	20,3
Créer mon emploi	186	15,4	219	15,5	439	15,2	844	15,3
Relever des défis	190	15,7	232	16,4	407	14,1	829	15,1
Possibilité de revenus plus élevés	155	12,8	189	13,4	469	16,3	813	14,8
Atteindre des objectifs personnels	174	14,4	212	15,0	371	12,9	757	13,7
Bonne idée d'affaires	190	15,7	194	13,7	271	9,4	655	11,9
Fin d'études	62	5,1	75	5,3	93	3,2	230	4,2
Perte d'emploi	31	2,6	16	1,1	68	2,4	115	2,1
Tradition familiale	24	2,0	20	1,4	58	2,0	102	1,9
Mésentente avec mon employeur	1	0,1	4	0,3	12	0,4	17	0,3
Autre	2	0,2	0	0,0	23	0,8	25	0,4
<b>Total</b>	<b>1209</b>	<b>22,0</b>	<b>1414</b>	<b>25,7</b>	<b>2884</b>	<b>52,4</b>	<b>5507</b>	<b>100,0</b>
<i>Obstacles à se lancer en affaires ?</i>								
Manque d'argent	418	38,0	508	38,6	865	30,6	1791	34,2
Peur de l'échec financier	264	24,0	364	27,7	372	13,1	1000	19,1
Manque d'expérience et de compétences	22	2,0	16	1,2	721	25,5	759	14,5
Manque de temps	225	20,5	235	17,9	160	5,7	620	11,8
Études non terminées	12	1,1	36	2,7	422	14,9	470	9,0
Manque de soutien et d'aide	73	6,6	71	5,4	134	4,7	278	5,3
Offre d'emploi	42	3,8	18	1,4	50	1,8	110	2,1
Peur de perdre ma crédibilité	19	1,7	33	2,5	44	1,6	96	1,8
Désaccord avec un partenaire	6	0,5	16	1,2	29	1,0	51	0,9
Autre	19	1,7	17	1,3	32	1,1	68	1,3
<b>Total</b>	<b>1100</b>	<b>20,1</b>	<b>1314</b>	<b>25,1</b>	<b>2829</b>	<b>54,0</b>	<b>5243</b>	<b>100,0</b>

Avant de créer sa propre entreprise, le futur entrepreneur évalue certains facteurs de l'environnement (ressources économiques, financières et sociales disponibles, milieux urbains et structures industrielles) pouvant l'influencer sur la manière de réaliser son projet d'entreprise. À ce sujet, il existe des notions de risque (financier, de carrière, familial et psychologique) qui sont associées à la réalité du démarrage d'entreprise et qui ont une influence sur les intentions d'un individu de mettre sur pied un projet d'affaires<sup>17</sup>.

Comme illustré au tableau 5, les étudiants collégiaux et universitaires ont sélectionné le manque d'argent (universitaire : 38,0 % et collégial : 38,6 %), la peur de l'échec financier (universitaire : 24,0 % et collégial : 27,7 %) et le manque de temps (universitaire : 20,5 % et collégial : 17,9 %) comme les principaux obstacles qui les empêcheraient de se lancer en

affaires. Par ailleurs, les élèves des centres de formation professionnelle ont indiqué comme principaux obstacles au démarrage d'entreprise, le manque d'argent (30,6 %), le manque d'expérience et de compétences (25,5 %) ainsi que les études non terminées (14,9 %). D'autres études indiquent que les principales motivations des étudiants qui les inciteraient à démarrer une entreprise sont : se réaliser personnellement, relever de nouveaux défis et devenir son propre patron. Elles indiquent également que la principale raison qui les empêcherait de se lancer en affaires est le manque d'argent<sup>18</sup>.

**Les élèves des centres de formation professionnelle ont indiqué comme principaux obstacles au démarrage d'entreprise, le manque d'argent, le manque d'expérience et de compétences ainsi que les études non terminées.**

---

## CONCLUSION

**Les professeurs, les enseignants ainsi que les patrons ne sont pas les principales personnes avec qui l'idée d'affaires est validée, même si elle prend source dans les milieux où ces personnes sont présentes.**

L'environnement de travail et scolaire sont des milieux incubateurs propices à l'émergence d'une idée d'affaires. Toutefois, l'environnement immédiat est aussi un milieu qui favorise le développement d'idées, et ce, en raison des personnes avec qui les répondants valident ces idées (parent, conjoint et ami). Cependant, les professeurs, les enseignants ainsi que les patrons ne sont pas les principales personnes avec qui l'idée d'affaires est validée, même si elle prend source dans les milieux où ces personnes sont présentes.

Parallèlement, certains sondages indiquent que les Québécois ne semblent pas caresser l'idée de se lancer en affaires. Néanmoins, les jeunes aux études présentent certaines intentions à ce sujet. L'intérêt des jeunes envers l'entrepreneuriat doit être soutenu par des actions concrètes sachant que cette intention peut s'estomper avec le temps. La présence de modèles entrepreneuriaux joue un rôle d'influence dans le développement de la culture entrepreneuriale. Le fait qu'un intervenant démontre que l'action de créer une entreprise est réalisable peut avoir une influence positive sur les intentions du futur entrepreneur.

Plusieurs ont l'intention de se lancer en affaires avec un ou plusieurs partenaires (équipe entrepreneuriale). La majorité des étudiants souhaitent démarrer leur entreprise quelques années après l'obtention de leur diplôme. Cependant, ils sont conscients qu'ils ont un manque d'expérience, de compétences et de ressources financières pour se lancer en affaires.

Somme toute, les données recueillies permettent de mesurer les intentions entrepreneuriales des élèves et des étudiants. Elles nous indiquent qu'il existe un potentiel entrepreneurial dans les milieux scolaires. Les résultats obtenus rejoignent en grande partie la littérature et les études

qui s'intéressent à la problématique de l'émergence de l'entrepreneuriat. Les intervenants socioéconomiques et du milieu scolaire peuvent s'inspirer des résultats obtenus afin d'orienter leurs actions et leurs interventions en matière de développement d'une culture entrepreneuriale plus forte.

**La majorité des étudiants souhaitent démarrer leur entreprise quelques années après l'obtention de leur diplôme. Cependant, ils sont conscients qu'ils ont un manque d'expérience, de compétences et de ressources financières pour se lancer en affaires.**

## BIBLIOGRAPHIE

- <sup>1</sup>Jolicoeur, M. *Entrepreneuriat : appel à un changement stratégique*, journal Les Affaires, Québec, 24 avril 2010.
- <sup>2</sup>Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage de l'Université du Québec à Chicoutimi (2009 et 2010). *Le potentiel entrepreneurial des étudiants universitaires et collégiaux du Saguenay-Lac-Saint-Jean et de Sept-Îles (2009)* et *Le potentiel entrepreneurial des élèves des centres de formation professionnelle du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2010)*.
- <sup>3</sup>Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes* 50, 179-211; Moreau, R., Raveleau, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale, *Revue Internationale PME*, vol. 19, no. 2, Presses de l'Université du Québec.
- <sup>4</sup>Shapiro, A., Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton et K. Vesper (Éd.) *The encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 72-90; Belley, A. (1987). *Les milieux incubateurs de l'entrepreneuriat*, Fondation de l'entrepreneuriat, Québec.
- <sup>5</sup>Shapiro, A., Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton et K. Vesper (Éd.) *The encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 72-90; Moreau, R., Raveleau, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale, *Revue Internationale PME*, vol. 19, no. 2, Presses de l'Université du Québec.
- <sup>6</sup>Perrien, J., Cheron, E. et Zins, M. (1983). *Recherche en marketing : méthodes et décisions*. Chicoutimi : Gaëtan Morin.
- <sup>7</sup>Tremblay, M., Gasse, Y. L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat, XVI<sup>e</sup> Conférence internationale de management stratégique, Montréal, 6-9 juin 2007.

---

<sup>8</sup>Gasse, Y., D'amours, A. (1993). *Profession : entrepreneur. Avez-vous le profil de l'emploi?*, Fondation de l'entrepreneurship, Éditions Transcontinental Inc; Belley, A. (1990). *Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship*, Fondation de l'entrepreneurship, Québec.

<sup>9</sup>Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM. *Rapport descriptif de l'étude auprès des lauréats du Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM de 1998 à 2006*, novembre 2007.

<sup>10</sup>Lorrain, J. *Les jeunes entrepreneurs québécois*, étude financée par le gouvernement du Québec, Université du Québec à Trois-Rivières, ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, 1986.

<sup>11</sup>Belley, A. (1987). *Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship*, Fondation de l'entrepreneurship, Québec; Gibb, A., Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses, *European Small Business Journal*, 1.1; Belley, A., Dussault, L. et Laferté, S. (2006). *Comment rédiger mon plan d'affaires*, 2<sup>e</sup> édition, Les Éditions Transcontinental Inc., Fondation de l'entrepreneurship; Filion, L. J. (1998). Identifier des occasions d'affaires, *Revue Organisations et territoires*, automne; Filion, L. J. (2007). *Management des PME : de la création à la croissance*, sous la direction de Louis Jacques Filion, Édition du renouveau pédagogique Inc; Laferté, S. (1998). *Comment trouver son idée d'entreprise*, Montréal Transcontinental.

<sup>12</sup>Fayolle, A. (2005). *Introduction à l'entrepreneuriat*, Paris: Dunod.

<sup>13</sup>Moreau, R., Raveleau, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale, *Revue Internationale PME*, vol. 19, no. 2, Presses de l'Université du Québec.

<sup>14</sup>Bruce, D., Picard, D. (2005). *La relève : la clé de la réussite*, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI).

<sup>15</sup>Gasse, Y., Tremblay, M. (2002) *L'entrepreneuriat à l'Université Laval : intérêts, intention, prévalence et besoins des étudiants*, Centre d'entrepreneuriat et de PME, Université Laval, automne.

<sup>16</sup>Belley, A. (1987). *Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship*, Fondation de l'entrepreneurship, Québec

<sup>17</sup>Broom, H. N., Longenecker, J.G. et Moore, C. W. (1983). *Small business Management*, Sixth Edition, South-Western Publishing Co; Papin, R. (2001). *Stratégie pour la création d'entreprise*, 9<sup>e</sup> édition, Paris: Dunod.

<sup>18</sup>Tremblay, M., Gasse, Y. L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat, XVI<sup>e</sup> Conférence internationale de management stratégique, Montréal, 6-9 juin 2007.

## Notes

<sup>a</sup>Universitaire (étudiant inscrit à 12 crédits et plus), collégial (étudiant inscrit à au moins 4 cours), formation professionnelle (élève inscrit à au moins 180 heures d'enseignement).

<sup>b</sup>Moins de 35 heures de travail par semaine.

<sup>c</sup>Grand-parent, parent, frère, sœur, conjoint(e), ami(e) ou autre.

<sup>d</sup>Père ou mère.