

La théorie du comportement planifié comme prédicteur de l'intention d'entrepreneuriat social chez les étudiants universitaires.

The theory of planned behavior as a predictor of social entrepreneurship intention among university students.

Adil MGUERAMAN,

Docteur chercheur

Faculté des sciences Juridiques, Économiques et Sociales - Agdal

Université Mohammed V, Rabat- Maroc

adil_mgueraman@um5.ac.ma

Manal EL ABBOUBI,

Professeur HDR, Chercheur associé,

Faculté des sciences Juridiques, Économiques et Sociales - Agdal

Université Mohammed V, Rabat

ECONOMIA HEM Research Center, Rabat, Maroc

Manal.elabboubi@gmail.com

Date de soumission : 07/05/2023

Date d'acceptation : 24/07/2023

Pour citer cet article :

MGUERAMAN A. & EL ABBOUBI M. (2023) «La théorie du comportement planifié comme prédicteur de l'intention d'entrepreneuriat social chez les étudiants universitaires.», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 3 » pp : 326 - 351

Résumé.

L'entrepreneuriat social continue de prouver qu'il existe une nouvelle façon de penser l'économie et la société de demain. Il souhaite répondre à des problématiques sociales mais ne peut y arriver qu'à travers ses activités économiques. Ces vingt dernières années il ne cesse de susciter un intérêt croissant à la fois des chercheurs et des praticiens. Cette étude a examiné un modèle qui s'appuie sur la théorie du comportement planifié (TCP) pour comprendre les antécédents des intentions d'entrepreneuriat social (IES) des étudiants universitaires. Un échantillon de 300 étudiants de l'Université Mohammed V de Rabat a été pris. Les réponses ont été recueillies par un questionnaire auto-administré et analysées en appliquant la modélisation par équations structurelles.

L'analyse du modèle montre que l'attitude personnelle et le contrôle comportemental perçu participent significativement à la prédiction de l'IES. En revanche, les normes subjectives ont une relation inverse avec les intentions d'entrepreneuriat social. En fin, l'applicabilité de la TCP est confirmée dans le cadre de notre étude mais une différence dans le poids des trois déterminants a été observée.

Mots clés : Entrepreneuriat social ; entreprise sociale ; intention ; théorie du comportement planifié ; attitude.

Abstract. Social entrepreneurship continues to prove that there is a new way of thinking about the economy and society of tomorrow. It wishes to respond to social issues but can only do so through its economic activities. Over the past twenty years, it has continued to arouse growing interest from both researchers and practitioners. In this study, a model based on the theory of planned behavior (TPB) was empirically examined to understand the antecedents of social entrepreneurial intentions (SEI) of university students. A sample of 300 students from the Mohammed V University of Rabat was taken. Responses were collected through a self-administered questionnaire and analyzed using Partial Structural Equation Modeling (PLS).

Model analysis shows that personal attitude and perceived behavioral control participate significantly to the prediction of SEI. In contrast, subjective norms have an inverse relationship with social entrepreneurship intentions. Finally, the applicability of the TPB is confirmed in our study but a difference in the weight of the three determinants was observed.

Keywords: Social entrepreneurship; social enterprise; intention; theory of planned behavior; attitude.

Introduction

Ces dernières décennies ont été marquées par une augmentation significative de l'intérêt pour l'entrepreneuriat social (Mody & Day, 2017). L'importance de ce domaine réside dans son impact sur le développement économique et social (Peredo & McLean, 2006). En effet, l'entrepreneuriat social crée de la valeur pour la société en proposant des solutions aux problèmes sociaux tout en cherchant à générer une richesse personnelle (Peredo & McLean, 2006). En plus de générer une valeur sociale, il contribue également à la création d'emplois et de richesses. Les entrepreneurs sociaux sont animés par une mission personnelle qui vise à provoquer un changement ou une transformation sociale (Yunus, 2007). En poursuivant des objectifs à la fois matériels et sociaux, ils s'engagent à apporter une contribution profonde et significative à la société. Le nombre d'entreprises sociales, de programmes liés aux entreprises sociales soutenus par les gouvernements et, plus particulièrement, de formation à l'entrepreneuriat social a considérablement augmenté (Solomon et al., 2019). L'objectif de l'entrepreneuriat social est de réformer la société en résolvant les problèmes sociaux concernant les inégalités sociales, la pauvreté, le chômage et la dégradation de l'environnement, afin d'améliorer le bien-être social et économique du monde émergent grâce à l'entrepreneuriat (Halberstadt & Spiegler, 2018).

A partir des années 2000, on voit clairement un changement de réflexion dans les recherches en entrepreneuriat social, dépassant ses débats définitionnels, ses approches et sa délimitation vers un nouveau champ de recherches empiriques, alimenté par des études plus profondes pour tester les thèses émergentes.

Une telle voie d'enquête nous permet d'aller au-delà du monde noir et blanc de l'entrepreneuriat traditionnel et entrepreneuriat social ou plus encore de l'entreprise classique et l'entreprise sociale. Cela nous permet d'étudier les perceptions et les intentions d'une population estudiantine, pour fournir une compréhension plus fine de leurs antécédents.

Bien que l'entrepreneuriat social ait suscité une attention constante, il est largement reconnu que son examen théorique en est encore à ses débuts. Les chercheurs soulignent unanimement le manque de publications et d'études empiriques accessibles traitant de ce sujet (Certo & Miller, 2008 ; Mair & Marti, 2006 ; Peattie & Morley, 2008 ; Robinson et al., 2009). Plus encore, la phase de création des entreprises sociales reste le maillon le moins étudié par les chercheurs du domaine. Short et al. (2009a) ont identifié les lacunes de la littérature existante dans le domaine de l'entrepreneuriat social et ont souligné les défis auxquels les chercheurs doivent faire face. Leur analyse a révélé que la majorité des études étaient soit descriptives

(38%) soit explicatives (55%). Seulement 7% des études ont tenté de comprendre les facteurs de motivation des entrepreneurs sociaux. Ces résultats mettent en évidence le besoin de combler ces lacunes de recherche et d'approfondir notre compréhension de la motivation des entrepreneurs sociaux. Une autre étude réalisée par Granados et al. (2011) a souligné que seulement 6% des 286 articles analysés sont de nature prédictive, et visent ainsi à tester des propositions ou des hypothèses. Encore, Liñán et Fayolle, (2015) ont identifié plus de 400 publications sur le poids des intentions dans le domaine d'entrepreneuriat et ils ont conclu que les études empiriques antérieures se concentrent principalement sur l'entrepreneuriat classique par opposition à des types plus spécifiques tels que les intentions d'entrepreneuriat social (Liñán & Fayolle, 2015). D'après ces analyses, il apparaît clairement qu'il existe un manque de recherches approfondies dans le domaine de l'entrepreneuriat social, ce qui limite la production de connaissances généralisables. Les études existantes se concentrent souvent sur l'exploration initiale du domaine, laissant un espace important pour de nouvelles recherches approfondies et la création d'une base solide de connaissances dans ce domaine. En revanche, Une augmentation significative de la recherche liée à l'intention d'entrepreneuriat social a été observée ces dernières années, et elle est devenue un domaine d'intérêt émergent pour les universitaires et les chercheurs (Liñán & Fayolle, 2015 ; Tan et al., 2020) Il est essentiel de contribuer à des études empiriques et théoriques approfondies de cette phase cruciale du processus entrepreneurial. En adoptant cette approche de recherche, nous pourrions dépasser la simple définition de l'entrepreneuriat social et aller au-delà d'une simple comparaison entre l'entrepreneuriat traditionnel et l'entrepreneuriat social. Notre attention sera ainsi concentrée sur l'étude des intentions et de l'entrepreneuriat social, ce qui nous permettra d'obtenir une compréhension plus fine de sa formation et de ses caractéristiques distinctives. Pour ce faire, nous essayons à répondre à la question suivante : quels sont les déterminants d'intention d'entrepreneuriat social chez les étudiants ?

Afin d'analyser nos hypothèses de recherche, nous avons choisi d'utiliser la modélisation des équations structurelles partielles (PLS-SEM). Cette approche nous permet d'examiner la signification des relations entre les construits et d'évaluer le pouvoir prédictif de la variable dépendante, en accord avec les travaux de Hsieh et al. (2006). Notre démarche d'analyse stipule que l'estimation repose sur une validation à priori du modèle de mesure moyennant les analyses confirmatoires, avant de tester le modèle structurel en examinant les liens de causalité entre les différentes variables latentes construisant le modèle. Pour la collecte des

données nous avons privilégié le questionnaire électronique auto-administré pour notre enquête.

La présente étude vise donc à déterminer les antécédents des intentions d'entrepreneuriat social chez les étudiants universitaires marocains. L'étude penche vers les intentions en mobilisant la théorie du comportement planifié TPB d'Ajzen (1991). L'organisation de l'article est la suivante. La première section présente une revue de la littérature compréhensive suffisante pour établir le contexte théorique et un modèle conceptuel retraçant les hypothèses. La deuxième section fournit des informations sur les mesures des variables, les choix méthodologiques et l'analyse des données, la troisième section présente les résultats de l'analyse. Et la dernière section porte sur les discussions.

1. Revue de la littérature et formulation des hypothèses

1.1. La théorie du comportement planifié (TCP)

La TCP remonte aux travaux de Fishbein et Ajzen (1975, 1980) sur la théorie de l'action raisonnée (TAR). Cette théorie est venue principalement pallier aux limites de la TAR. L'approche du comportement planifié, développée par Ajzen (1985, 1987, 1988, 1991), va au-delà de la prise en compte des jugements affectifs et insiste sur la reconnaissance des jugements évaluateurs. Cette théorie a été révisée par Ajzen lui-même et intégrée dans la théorie du comportement planifié. Cette extension implique l'ajout d'un facteur prédictif clé, le contrôle comportemental perçu, au modèle. Cette addition a été réalisée pour tenir compte des situations où les individus ont l'intention d'adopter un comportement, mais où le comportement réel est entravé en raison d'un manque de confiance ou de contrôle sur ce comportement (Miller, 2005, p. 127). La théorie du comportement planifié considère que l'intention individuelle joue un rôle central dans l'émergence du comportement (Tounès, 2003). L'importance de cette théorie réside dans sa simplicité, sa structure claire et son applicabilité (Krueger, 1993), elle a été souvent utilisée par plusieurs chercheurs et ce, pour étudier une vaste gamme de comportements dans divers domaines (social, l'environnement, la santé et la psychologie). Selon Ajzen et Fishbein (1980), ce modèle permet d'expliquer pratiquement n'importe quel comportement humain. La parcimonie et la simplicité de la TCP (Krueger, 1993) la rendent facilement applicable à un large éventail de comportements (Emin, S. 2004). C'est pourquoi la TCP demeure depuis plus de vingt ans l'une des théories dominantes pour analyser la prise de décision comportementale et étudier la relation entre l'attitude et le comportement. Ces résultats confirment le pouvoir prédictif et, parfois, explicatif de la TCP.

En 1991, Ajzen a formulé la théorie du comportement planifié, qui est illustrée par un modèle comprenant trois antécédents : les attitudes de l'individu envers le comportement, les normes sociales perçues par l'individu et son sentiment de contrôlabilité du comportement (Castellano et al., 2014). Chacune de ces trois variables qui influencent l'intention est expliquée en termes de croyances, qui désignent les informations saillantes que l'individu détient sur le monde qui l'entoure (Ajzen, 1991; Boissin et al., 2009).

1.1.1. Intention entrepreneuriale sociale

Les intentions englobant un objectif cognitif tel que l'intérêt, l'espoir et la croyance qui influencent l'option de l'entrepreneuriat pour un individu sont considérées comme l'indicateur le plus significatif du comportement réel (Ajzen, 1991 ; Peng et al., 2012 ; Tiwari et al., 2017a). L'intention entrepreneuriale se caractérise par un état d'esprit diligent guidé vers une orientation entrepreneuriale planifiée grâce à la connaissance et à la compréhension personnelles (Do et Dadvari, 2017). L'intention entrepreneuriale est considérée comme un indicateur fiable du comportement entrepreneurial d'une personne envisageant de lancer une nouvelle entreprise à long terme (Obschonka et al., 2010). Le SEI peut être qualifié d'action cognitive en persuadant les individus d'obtenir des informations, de comprendre des solutions et d'entreprendre des activités d'entrepreneuriat social (Mair et al., 2006). Autrement dit, les intentions SE peuvent se résumer à une volonté de créer une entreprise ou de lancer une initiative sociale dans le but de faire du bien à la société (Bacq et Alt, 2018).

1.1.2. L'attitude vis-à-vis du comportement

Selon Ajzen (1991), l'attitude envers le comportement fait référence à l'évaluation positive ou négative qu'une personne a à l'égard d'un comportement donné. Cette attitude est constituée principalement d'une dimension affective.

Dans les études de l'intention entrepreneuriale, l'attitude s'est avérée être un facteur important qui affecte l'intention de manière positive (Bird et Truls, 2004 ; Koçoğlu et Hassan, 2013). L'attitude envers le comportement a un effet significatif direct et fortement positif sur les intentions entrepreneurial (Iakovleva et Kolvereid, 2009). En revanche, pour changer les attitudes d'une personne demande énormément d'efforts (Vinogradov et al., 2013).

H 1 : l'attitude de devenir un entrepreneur social aurait un effet positif sur les intentions de devenir entrepreneur social.

1.1.3. Les normes subjectives

Les normes subjectives traduisent le poids du groupe de référence d'un individu sur ses perceptions et son comportement désiré. Selon la théorie d'Ajzen (1991), l'intention d'une personne à adopter ou non un comportement dépend de son évaluation de l'acceptation et de la perception positive de ce comportement dans la société. Ainsi, La norme subjective est définie comme la perception qu'une personne a de l'opinion des personnes importantes pour elle concernant l'adoption ou la non-adoption d'un comportement spécifique (Valois et al., 1991).

Vu l'importance accordée à la famille, les amis et toute personne reconnue par ses pertinents conseils affectant la prise de décision. Il est donc essentiel de mesurer si les NS sont utiles pour prédire les IES. Par conséquent, nous proposons l'hypothèse suivante :

H 2 : les normes subjectives auraient un effet positif sur les intentions de devenir entrepreneur social.

1.1.4. Le contrôle comportemental perçu

D'après Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu représente la perception de la facilité ou de la difficulté à accomplir un comportement spécifique. La troisième variable est déterminée par les conditions facilitantes, qui font référence à la disponibilité ou à l'absence de ressources nécessaires (qu'elles soient financières ou non financières) provenant du contexte culturel, politique, économique et social, pour accomplir un comportement spécifique (Emin, 2004). Plus l'individu se sentira capable d'accéder à ces ressources, de saisir les opportunités et de surmonter les obstacles anticipés, plus il aura un sentiment de contrôle sur le comportement, ce qui aura un effet positif sur l'intention. En revanche, s'il perçoit une incapacité à exécuter le comportement en question, cela aura un effet négatif sur l'intention (Ajzen, 1991).

Dans le domaine de l'entrepreneuriat social, un niveau élevé du contrôle comportemental peut influencer positivement sur la formation de l'intention d'entrepreneuriat social.

H 3 : Le contrôle comportemental perçu exercerait un effet positif sur l'intention de se lancer dans l'entrepreneuriat social.

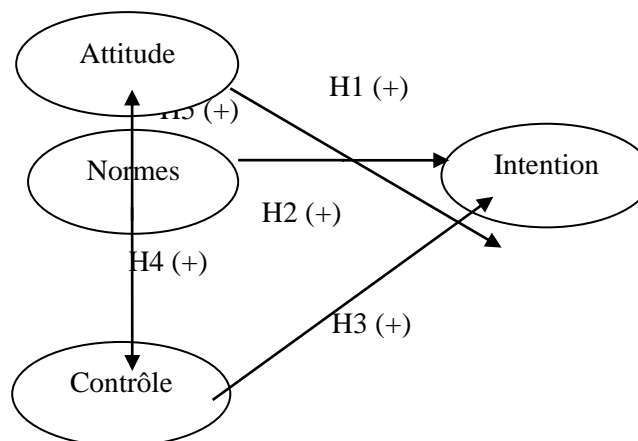
Bien que le modèle théorique d'Ajzen (1991) postule des corrélations positives entre les variables explicatives de l'intention entrepreneuriales, peu de travaux prennent en compte ces relations hypothétiques. Toutefois, Do Paço et al. (2011) corroborent l'existence de ces relations. Ils montrent que les normes sociales ont un effet direct sur l'attitude personnelle et sur le contrôle comportemental. Nous formulons alors les deux hypothèses suivantes :

H4 : Les normes sociales influenceraient positivement l'attitude personnelle de devenir entrepreneur social.

H5 : Les normes sociales influenceraient positivement le contrôle comportemental perçu de devenir entrepreneur social.

Toutes les hypothèses avancées ci-dessus sont résumées dans la figure 1.

Figure 1 : Modèle hypothétique de l'intention de devenir entrepreneur social



Source : adapté de Ajzen (1991)

2. Méthode

Cette section fournit une justification du choix de l'échantillon et sa description, ainsi que du mode de collecte des données, l'opérationnalisation des variables mobilisées dans le modèle et présente les modalités de test des hypothèses.

2.1. Choix de l'échantillon

Dans le cas de notre recherche, nous avons opté pour la méthode d'échantillonnage par quotas. Cette méthode est la plus couramment utilisée dans les travaux de recherche en management (Royer & Zarlowski, 2014, p. 228), C'est notamment le cas des échantillons des enquêtes d'opinion ou d'intention (Martin, 2009). Pour sélectionner notre échantillon nous avons suivi la suggestion de Kruger (1993) selon laquelle pour mesurer avec précision les intentions entrepreneuriales, l'échantillon devrait être sélectionné parmi la population de ceux qui sont confrontés à des décisions de carrière importantes (Krueger, 1993). En outre, la plupart des recherches empiriques se concentrant spécifiquement sur l'intention entrepreneuriale ont plutôt étudié des populations qui n'ont pas encore lancé leur propre entreprise, notamment les étudiants (Tounès, 2006 ; Audet, 2004). Pour toutes ces raisons, les étudiants inscrits en troisième année de licence, en master I et II, suivant des formations dans les filières de sciences de gestion et sciences économiques à l'Université Mohammed V de

Rabat, forment la population cible pour tester le modèle de formation de l'intention entrepreneuriale sociale. Notre échantillon est composé de 300 étudiants, dont les caractéristiques démographiques sont présentées dans le tableau 1.

2.2. Description de l'échantillon

L'analyse empirique a été réalisée sur un échantillon de 300 étudiants de la faculté des sciences Juridiques, Economique et Sociales d'Agdal de Rabat en troisième année de licence et en master. Cet échantillon de convenance est couramment utilisé dans la recherche en entrepreneuriat (Fayolle et Gailly, 2005; Kolvereid, 1996; Krueger et al., 2000; Tkachev et Kolvereid, 1999; Veciana et al., 2005). Plus spécifiquement, des études ont indiqué que les jeunes diplômés universitaires (âgés de 25 à 34 ans) présentent la propension la plus élevée à créer une entreprise (Reynolds et al., 2002). Les principales caractéristiques descriptives de l'échantillon sont présentées dans le Tableau 1.

Tableau 1 : caractéristiques descriptives de l'échantillon

Variables	Mesure	Fréquence	Pourcentage
SEXE	Femme	203	68%
	Homme	97	32%
AGE	18-20	30	10%
	21-23	180	60%
	24-25	36	12%
	25 et plus	54	18%
Niveau d'étude	Master	62	21%
	Licence	238	79%
Filière	Sciences de Gestion	225	75%
	Sciences Économiques	75	25%
Faculté	FSJES Agdal	272	90%
	FSJES Souissi	22	7%
	FSJES Salé	6	3%

Source : Auteurs

2.3. Collecte des données

Nous avons choisi de mettre en place un questionnaire en auto-administration via une solution en ligne ce qui a permis de diffuser le lien de notre enquête dans les groupes sociaux

(whatsApp et Facebook) des étudiants ciblés, qui consiste à envoyer vers un page web contenant le questionnaire Google forms ([Baumard et al., 2014](#)).

2.4. Mesures des variables

En nous basant sur des mesures préexistantes dans la littérature, nous adaptons les construits à notre domaine d'analyse, à savoir l'intention d'entrepreneuriat social chez les étudiants. Notre modèle repose largement sur celui d'Ajzen (1991), et nous supposons que l'intention des étudiants de devenir des entrepreneurs sociaux s'explique par leurs attitudes envers la création d'une entreprise sociale, leur capacité à mener à bien un projet entrepreneurial social, ainsi que leur perception de l'opinion de leur entourage proche.

Les items adoptés par Liñán et Chen (2009) ont été adaptés et utilisés pour mesurer l'attitude personnelle, en 4 items, les normes subjectives en 3 items et le contrôle comportemental perçu en 4 items tandis que 3 items adoptés par Hockerts (2017) ont été utilisés pour mesurer l'intention de devenir un entrepreneur social. L'ensemble des items (voir tableau 2) ont été mesurés à l'aide de l'échelle de likert à cinq points.

2.4.1. Intention de devenir entrepreneur social

La variable dépendante ultime du modèle, l'intention entrepreneuriale, a été mesurée de différentes manières dans différentes études. Krueger (1993) a utilisé une variable dichotomique, avec une affirmation oui / non: «Pensez-vous que vous allez démarrer une entreprise?». C'est une opérationnalisation assez vague. L'intention entrepreneuriale peut être évaluée soit par le biais de l'intention comportementale (par exemple, "J'ai l'intention d'entreprendre le comportement x") soit en attribuant une probabilité à l'accomplissement d'un comportement particulier. L'analyse statistique démontre que les questions liées à l'intention comportementale ont un pouvoir prédictif plus élevé par rapport au comportement réel (Armitage et al., 2001). Par conséquent, nous avons opté pour la deuxième option en utilisant quatre items pour mesurer l'intention comportementale.

2.4.2. Contrôle comportemental perçu

Le contrôle comportemental perçu se réfère à la croyance de l'individu. Ce construit est évalué à l'aide de quatre items qui abordent les difficultés associées à la création, le niveau de maîtrise des étapes du processus et la détermination de l'individu à s'engager dans l'entrepreneuriat (Liñán et Chen, 2009).

2.4.3. Normes subjectives

Les normes subjectives évaluent la perception de l'étudiant quant à l'opinion de son réseau relationnel s'il choisit de devenir entrepreneur social. Cette pression sociale et culturelle joue un rôle déterminant dans la décision de poursuivre une carrière en tant qu'entrepreneur social après l'obtention du diplôme. Selon Ajzen (1991), les normes subjectives peuvent être mesurées en posant des questions telles que "Qu'est-ce que les autres pensent de ce comportement ?" (Linan et Chen, 2009).

2.4.4. Attitude envers l'entrepreneuriat social

L'attitude envers le comportement évalue la perception d'une personne à l'égard du comportement envisagé, dans ce cas précis, devenir entrepreneur social. Cela peut être mesuré par l'attrait de l'entrepreneuriat social en tant qu'option professionnelle parmi d'autres. Elle reflète le jugement favorable ou défavorable qu'un individu porte sur ce comportement spécifique (Ajzen, 1991). Pour opérationnaliser ce construit, nous empruntons les 4 items d'attitude de Liñán et Chen (2009).

Tableau 2 : Synthèse des items

Variables	Codes	Items
Intention de devenir entrepreneur social. <i>Kai Hockerts 2017</i>	INT.ES1 INT.ES2 INT.ES3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Je m'attends à ce que d'ici 5ans je participerai au lancement d'une organisation qui vise à résoudre les problèmes sociaux. ▪ J'ai une idée préliminaire pour une entreprise sociale sur laquelle j'ai l'intention d'agir à l'avenir. ▪ Je n'ai pas l'intention de créer une entreprise sociale.
Attitudes de devenir un entrepreneur social. <i>Liñán et Chen 2009</i>	AT.ES1 AT.ES2 AT.ES3 AT.ES4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Une carrière en tant qu'entrepreneur social est attrayante pour moi ; ▪ Si j'avais l'occasion et les ressources, j'aimerais créer une entreprise sociale ; ▪ Être un entrepreneur social entrainerait de grandes satisfactions pour moi ; ▪ Parmi les différentes options, je préfère être un entrepreneur social.
Les normes subjectives pour devenir un entrepreneur social. <i>Liñán et Chen 2009</i>	NS.ES1 NS.ES2 NS.ES3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Votre famille proche ▪ Vos amis ▪ Vos collègues à l'université
Contrôle comportemental perçu pour devenir un entrepreneur social. <i>Liñán et Chen 2009</i>	CC.ES1 CC.ES2 CC.ES3 CC.ES4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Je suis prêt à démarrer une entreprise sociale viable. ▪ Je peux contrôler le processus de création d'une nouvelle entreprise sociale. ▪ Je connais les détails pratiques nécessaires pour créer une entreprise sociale. ▪ Je sais comment développer un projet entrepreneurial social.

Source : Auteurs

2.5. Analyse des données

Pour analyser les réponses recueillies, nous avons utilisé la méthode PLS (Partial Least Squares), qui permet d'estimer un modèle d'équations structurelles. L'algorithme utilisé dans l'approche PLS consiste à estimer les variables latentes ainsi que les équations structurelles. Il convient de noter que, bien que l'approche PLS puisse être utilisée pour confirmer une théorie, elle reste une méthode à la fois prédictive et de construction théorique. Son objectif principal est d'examiner la signification des relations entre les construits et le pouvoir prédictif de la variable dépendante (Hsieh et al., 2006).

Nous avons utilisé le logiciel SmartPLS 3.0 (Ringle et al., 2015), les avantages de ce dernier c'est qu'il permet : (1) vérifier la fiabilité et la validité des construits, (2) pour évaluer la qualité du modèle et tester les hypothèses (Chin, 1998 cité dans Hair et al., 2017), (3) le SmartPLS 3.0 est réputé pour son interface conviviale et son utilisation intuitive et enfin, il est capable de gérer des ensembles de données de taille variable, qu'il s'agisse de petits échantillons ou de grandes bases de données.

3. Résultats

3.1. Le modèle de mesure

Pour évaluer le modèle de mesure on a opté pour la confirmation de quatre mesures importantes, à savoir : (1) la fiabilité des indicateurs ; (2) la fiabilité de la cohérence interne ; (3) la validité convergente ; et (4) la validité discriminante.

3.1.1. Fiabilité des indicateurs

La fiabilité des indicateurs du modèle de mesure est mesurée en examinant les contributions factorielles des items. On dit qu'un modèle de mesure a une fiabilité d'indicateur satisfaisante lorsque les contributions factorielles de chaque élément sont entre 0,5 et 0,7 (Hair et al., 2018). Sur la base de l'analyse, tous les éléments du modèle de mesure présentaient des contributions supérieures à 0,5, allant d'une limite inférieure de 0,67 à une limite supérieure de 0,91. Tous les éléments sont significatifs au niveau de 0,001. Le tableau 3 montre le chargement pour chaque élément.

3.1.2. Cohérence interne

Un modèle de mesure dit avoir une fiabilité de cohérence interne satisfaisante lorsque la fiabilité composite (composite reliability, CR) de chaque construit dépasse le seuil de 0,7. Dans notre étude, la fiabilité a été évaluée à l'aide de la fiabilité de l'alpha de Cronbach et composite ; les statistiques pour les deux mesures étaient supérieures à la valeur

recommandée de 0,7, comme proposé par Hair et al. (2010). Le tableau 3 montre que le CR de chaque construction varie de 0,83 à 0,88 et l'alpha de Cronbach varie de 0,71 à 0,81. Ces résultats indiquent que les items utilisés pour représenter les construits présentent une fiabilité de cohérence interne satisfaisante.

3.1.3. Validité convergente

La validité convergente du modèle de mesure est évaluée en examinant sa valeur moyenne extraite de la variance (AVE). Selon (Henseler et al., 2009), la validité convergente est dite adéquate lorsque les construits ont une valeur moyenne extraite de la variance (AVE) dépasse le seuil de 0,5. Le Tableau 3 montre que toutes les constructions ont un AVE allant de 0,625 à 0,721. Suggérant que le modèle de mesure présente une validité convergente adéquate.

Tableau 3 : Evaluation de la validité convergente et la fiabilité des items

Variable latente	Items	Convergent validity		Internal consistency		
		Factor loading	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability	(ρ_A)	Cronbach's Alpha
INTENTION	INT.ES1	0,697	0,721	0,884	0,789	0,797
	INT.ES2	0,917				
	INT.ES3	0,914				
ATTITUDES	AT.ES1	0,691	0,646	0,879	0,832	0,816
	AT.ES2	0,850				
	AT.ES3	0,857				
	AT.ES4	0,806				
NORMES SUBJ	NS.ES1	0,768	0,634	0,838	0,723	0,710
	NS.ES2	0,869				
	NS.ES3	0,746				
CONTR COMPORT	CC.ES1	0,789	0,625	0,869	0,804	0,801
	CC.ES2	0,802				
	CC.ES3	0,778				
	CC.ES4	0,793				

Source : Smart PLS 3.0

3.1.4. La validité discriminante

Les tableaux 4 et 5 présentent les résultats de la validité discriminante de l'échelle de mesure. la validité discriminante du modèle de mesure est évaluée en utilisant deux mesures : (1) le critère de Fornell et Larcker (1981) ; et (2) le rapport hétérotrait-monotrait des corrélations (Henseler et al., 2015). Le premier critère est évalué à l'aide de la fonction d'algorithme SmartPLS, qui génère la valeur AVE de chaque construction. Cette méthode compare la

racine carrée de la variance moyenne extraite (AVE) avec la corrélation des construits latents (Hair et al., 2014). Un construit latent devrait mieux expliquer la variance de son propre indicateur que la variance d'autres construits latents. Par conséquent, l'AVE de chaque construit devrait avoir une valeur supérieure aux corrélations avec d'autres construits latents (Hair et al., 2014).

Les résultats indiquent que toutes les racines carrées de l'AVE dépassaient les éléments hors diagonale dans la ligne et la colonne correspondantes. Les éléments en gras dans le Tableau 4 représentent les racines carrées de l'AVE et les autres valeurs représentent les inter-corrélations entre les constructions. Ce qui confirme que le critère de Fornell et Larker est satisfait.

Tableau 4 Évaluation de la validité discriminante

	ATT	CONTR COMPO	INT	NOR SUBJ
ATTITUDES	0,804			
CONTR COMPOR	0,440	0,790		
INTENTION	0,608	0,494	0,849	
NORMES SUBJ	0,373	0,297	0,235	0,796

Source : Smart PLS 3.0

Les résultats HTMT n'indiquent aucun problème de validité discriminante à un intervalle de confiance bootstrap à 90 % du HTMT, ils plaident nettement en faveur de la validité discriminante des construits. Par exemple, les colonnes intitulées 5,0 % et 95,0 % montrent les limites inférieure et supérieure des 90 % (correction du biais et intervalle de confiance accéléré). Le Tableau 5 montre qu'aucun des intervalles de confiance n'inclut la valeur 1. Par exemple, les limites inférieure et supérieure de l'intervalle de confiance de HTMT pour la relation entre CONTCOMP et ATTITUDES sont respectivement de 0,406 et 0,640.

Tableau 5 Évaluation d'Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) et Confidence Intervals

	Original Sample (O)	5.0%	95.0%
CONTCOMP -> ATTITUDES	0,526	0,406	0,640
INTENTION -> ATTITUDES	0,741	0,665	0,803
INTENTION -> CONTCOMP	0,609	0,511	0,708
NORSOC -> ATTITUDES	0,474	0,359	0,604
NORSOC -> CONTCOMP	0,390	0,256	0,507
NORSOC -> INTENTION	0,298	0,184	0,418

Source : Smart PLS 3.0

Globalement, tous les tests effectués sur le modèle de mesure sont satisfaisants, suggérant que les éléments utilisés pour mesurer de ces construits sont valides et adaptés à être utilisés pour estimer les paramètres du modèle structurel (ou interne). Car, si le modèle de mesure spécifié ne possède pas les propriétés minimales requises de fiabilité et de validité, alors les estimations du modèle structurel n'ont plus de sens.

3.2. Évaluation du modèle structurel

Une fois la fiabilité et la validité des variables latentes établies dans un modèle de mesure, l'étape suivante consiste à évaluer le modèle structurel ou interne. Les critères d'évaluation du modèle interne qui devraient être pris en priorité dans le cas d'étude exploratoire incluent le coefficient de détermination (R^2), la signification statistique et la pertinence du chemin coefficients (Henseler, 2018), le coefficient de (Q^2) de Stone-Geisser, appelé aussi indice de redondance en validation croisée pour évaluer la pertinence prédictive (Hair et al., 2017). Sans évaluer l'ajustement du modèle, un chercheur n'obtiendrait aucun signal s'il avait omis par erreur un effet important dans le modèle (Benitez et al., 2020), pour cela nous avons jugé utile d'évaluer l'ajustement global du modèle estimé pour obtenir des preuves empiriques du modèle proposé.

3.2.1. Test d'hypothèses

La technique d'amorçage (bootstrap), avec 500 sous-échantillons valides, est utilisée pour déterminer si les coefficients de chemin sont significatifs, ainsi que les t statistiques. Le tableau 6 présente les coefficients de chemin, les t statistiques et le niveau de signification pour toutes les relations hypothétiques. Pour tester les hypothèses proposées et le modèle structurel, les coefficients de chemin entre les variables latentes sont évalués. Une valeur de coefficient de chemin doit être d'au moins 0,1 pour tenir compte d'un certain impact au sein du modèle (Hair et al., 2011 ; Wetzels et al., 2009).

Les hypothèses prises en charge sont significatives au niveau de 0,05, ont des signes dans les directions attendues et possèdent une valeur de coefficient de chemin (β) allant de 0,12 à 0,48. Comme le montre le tableau 6, les attitudes sont positivement liées à l'intention de devenir entrepreneur social ($\beta = 0,48$; $p < 0,000$), ce qui confirme H1. De plus, le contrôle comportemental est positivement lié à l'intention de devenir entrepreneur social ($\beta = 0,29$; $p < 0,000$), soutenant H3. Par contre, l'impact des normes subjectives sur l'intention de devenir entrepreneur social est négativement faible, voire négligeable ($\beta = -0,04$; n.s) infirmant H2a.

La relation entre les normes subjectives et les attitudes H2b est confirmée ($\beta = 0,14$; $p < 0,011$). Cependant, H2c n'est pas pris en charge, car il n'y a pas d'impact significatif entre les normes subjectives le contrôle comportemental ($\beta = 0,008$; n.s).

Tableau 6 Évaluation coefficients de chemin

	Path coefficients	Std. Beta	Standard Deviation (STDEV)	t value	p values	Décision
H1	ATTITUDES -> INTENTION	0.484	0.053	9.198	0.000	acceptée ***
H2a	NORMES SUBJ -> INTENTION	-0.040	0.054	0.733	0.464	rejetée
H2b	NORMES SUBJ -> ATTITUDES	0.144	0.057	2.537	0.011	acceptée **
H2c	NORMES SUBJ -> CONTR COMPORT	0.084	0.057	1.468	0.143	rejetée
H3	CONTR COMPORT -> INTENTION	0.293	0.053	5.554	0.000	acceptée ***

Note. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Source : Smart PLS 3.0

3.2.2. Coefficient de détermination (R^2)

La valeur du coefficient de détermination (R^2) indique la quantité de variance dans une variable à expliquer qui est expliquée par les variables explicatives.

Le résultat du modèle structurel (voir Figure 2) montre que les attitudes, le contrôle comportemental et les normes subjectives expliquent respectivement 33 %, 34,5 % et 27,2 % de la variance de l'intention de devenir un entrepreneur social (voir Tableau 7). Enfin, les trois variables expliquent ensemble 44,3 % de la variance de l'intention de devenir un entrepreneur social. Le critère R^2 est satisfait et le modèle structurel a une capacité prédictive adéquate (Chin, 1998).

Tableau 7 Évaluation du Coefficient de détermination (R^2)

	R Square
INTENTION	0.443
ATTITUDES	0.330
CONTR COMPORT	0.345
NORMES SUBJ	0.272

Source : Smart PLS 3.0

3.2.3. Coefficient de (Q^2) de stone-Geisser

Un autre moyen d'évaluer la précision prédictive du modèle de chemin PLS consiste à calculer la valeur Q^2 (Geisser, 1974 ; Stone, 1974). Cette métrique est basée sur la procédure de blindfolding qu'est une technique de ré-échantillonnage de l'échantillon (Rigdon, 2014 ; Sarstedt et al., 2014), qui représente un critère d'évaluation de la pertinence de la prédiction

du modèle PLS (validation croisée). L'indice de redondance Q^2 de Stone-Geisser est positif pour l'ensemble des variables dépendantes (voir Tableau 8), ce qui indique une bonne qualité globale du modèle ainsi que la pertinence des variables latentes attitudes, contrôle comportemental et normes subjectives. On peut dire que le modèle présente une bonne qualité prédictive (validité nomologique).

Tableau 8 : Évaluation du coefficient de (Q^2) de stone-Geisser

	Q Square	Résultat
INTENTION	0,289	Pertinence prédictive moyenne
ATTITUDES	0,199	
CONTR COMPORT	0,207	Pertinence prédictive moyenne
NORMES SUBJ	0,160	

Source : Smart PLS 3.0

3.2.4. Qualité de l'ajustement du modèle

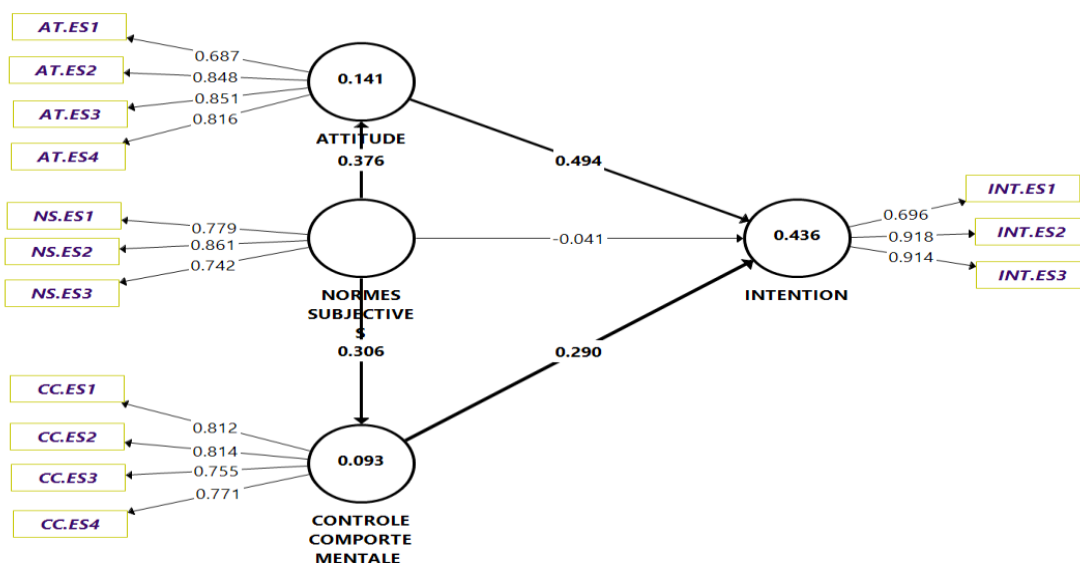
Hair et al. (2017) recommandent, pour les tests théoriques, d'utiliser SRMR ou RMS_{θ} au lieu d'utiliser l'indice GoF pour déterminer l'ajustement du modèle. Selon les mêmes auteurs pour un bon ajustement, le SRMR devrait être inférieur à 0,08, qui semble être plus adéquate pour les modèles de chemin PLS, tandis que la valeur de la mesure alternative de l'ajustement du modèle RMS_{θ} est inférieure à 0,12 indique un modèle bien ajusté (Henseler et al., 2014). Ceux-ci, correspondent à nos statistiques objets du Tableau 9 ? qui démontrent un bon ajustement de notre modèle.

Tableau 9 Évaluation des Indices d'ajustement du modèle

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,067	0,070
RMS_{θ}	0,118	

Source : Smart PLS 3.0

Figure 2 : Modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale des étudiants



Source : Smart PLS 3.0

Discussion

Le modèle montre un bon ajustement pour l'analyse de la formation des constructions de la TCP au niveau des attitudes, avec une variance expliquée de 34,5% pour CCDES, 33% pour ATTDES et 27% pour NSDES. Ces résultats sont légèrement inférieurs à ceux trouvés par Ernst (2011), mais meilleurs que ceux trouvés dans la méta-analyse d'Armitage et Conner (2001) et beaucoup mieux que ceux trouvés par Singh et al. (2016) dans leur étude sur les intentions d'entrepreneuriat social.

Les résultats de l'étude de recherche appuient les recherches antérieures. L'applicabilité de la théorie du comportement planifié en entrepreneuriat est largement soutenue dans la littérature. Dans cette étude, la TCP montre un niveau élevé d'applicabilité dans l'étude de la formation des intentions d'entrepreneuriat social. Avec une variance expliquée de 44,30%, les résultats sont supérieurs aux scores moyens obtenus selon les méta-analyses TCP d'Armitage et Conner (2001, $R^2 = 39\%$) ou Sutton (1998, R^2 entre 40% et 50%) et sont inférieurs à ceux obtenus par Ernst (2011, $R^2 = 49\%$). Ils sont comparables aux résultats obtenus dans les études sur les intentions entrepreneuriales des entreprises qui varient entre 35% et 57% (p. ex., Autio et al., 2001 ; Goethner et al., 2009 ; Krueger et al., 2000 ; Liñán & Santos, 2007). Mais encore, ce résultat appuie les conclusions de la méta-analyse de Schlaegel et Konig (2014) qui a identifié 98 études de données primaires menées dans plus de 30 pays au cours des 25 dernières années qui ont examiné le développement de l'IE via le TCP ou le modèle TCP étendu. Par

conséquent, l'étude confirme empiriquement la théorie du comportement planifié, fournissant ainsi un bon cadre théorique solide pour comprendre les antécédents d'intentions en entrepreneuriat social. L'étude contribue à valider empiriquement le modèle TCP étendu grâce à des équations structurelles.

L'analyse du modèle révèle que l'attitude personnelle et le contrôle comportemental perçu jouent un rôle significatif dans la prédiction de l'intention de créer une entreprise sociale. En revanche, l'influence de la norme sociale perçue n'est pas significative.

Les attitudes se sont avérées être un prédicteur significatif des intentions d'entrepreneuriat social des étudiants universitaires. Par conséquent, il a été conclu que les attitudes sont le déterminant le plus puissant dans la formation des intentions. Cela signifie que les personnes les plus susceptibles de former des intentions d'entrepreneuriat social sont celles qui ont une perception positive de devenir un entrepreneur social.

Le contrôle comportemental a montré un effet modéré sur les intentions d'entrepreneuriat social. Cela signifie que les personnes qui croient en devenir des entrepreneurs sociaux ont effectivement l'intention de le faire. Cependant, le manque de ressources et d'expériences nécessaires diminue leur auto-détermination et leur confiance en eux pour choisir l'entrepreneuriat social comme une carrière professionnelle. Les résultats de l'étude sont conformes à plusieurs études antérieures qui soutiennent la relation entre le contrôle comportemental perçu et l'intention entrepreneuriale (Kolvereid, 1996b ; Krueger et al., 2000 ; Tkachev & Kolvereid, 1999).

Les normes subjectives, quant à elles, ont une relation inverse avec les intentions d'entrepreneuriat social, car leur effet est négatif, ce qui est conforme au résultat de Singh et Gaur (2018). Cela signifie que plus le niveau de pression sociale est élevé, moins les sujets ont l'intention de devenir des entrepreneurs sociaux. Cela peut s'expliquer par le refus et le rejet de l'environnement proche des étudiants vis-à-vis de l'idée de choisir l'entrepreneuriat social comme carrière professionnelle. Cette construction a été considérée comme problématique dans la littérature, et de nombreuses études l'ont complètement délaissée (Liñán & Chen, 2009). De nombreuses études ont trouvé que les normes subjectives étaient souvent la construction la plus faible et non significative dans différentes études appliquant la TCP (par exemple, Ajzen, 1991 ; Liñán & Chen, 2007 ; Ernst, 2011 ; Yang et al., 2016). D'une part, l'étude de Krueger et al. (2000) a trouvé que les normes subjectives n'étaient pas liées à l'intention entrepreneuriale chez les étudiants américains, tandis que l'étude d'Autio et al. (2001) a trouvé de faibles preuves de l'effet des normes subjectives soutenant l'intention

entrepreneuriale chez les étudiants américains, mais pas chez les étudiants scandinaves. Au niveau de prédiction de l'intention comportementale, Vallerand et al. (1992) suggèrent que la norme sociale est la moins pertinente, car elle se réfère à un concept plus éloigné et moins personnel, à savoir l'opinion des autres. En effet, bien que l'importance de la norme sociale soit soulignée dans la littérature, Krueger et al. (2000) précisent qu'elle est moins pertinente pour expliquer les intentions de ceux qui ont un fort contrôle interne (Ajzen, 1987) ou une forte orientation vers l'action (Bagozzi et al., 1992). Les normes subjectives ont toujours été considérées comme un élément conflictuel dans la théorie du comportement planifié. De plus, une méta-analyse menée par Armitage et Conner, (2001) a trouvé les normes sociales comme un faible prédicteur des intentions entrepreneuriales.

L'examen de l'effet indirect des normes subjectives via les attitudes a montré quand même des résultats promoteurs car elles ont un effet sur les attitudes, ce qui laisse à présager que leur rôle est indirect sur les intentions. En revanche, on constate un manque d'effet sur le contrôle comportemental. Ceci est intéressant car cela signifie que les normes subjectives n'impactent pas directement les intentions d'entrepreneuriat social mais indirectement par le biais d'une meilleure attitude de devenir un entrepreneur social. Ces deux résultats peuvent être expliqués par le fait que les opinions des membres de l'environnement proche influencent les attitudes et non pas la perception de contrôlabilité des étudiants.

Dans l'ensemble, l'applicabilité de la TCP est confirmée dans le cadre de notre étude mais une différence dans le poids des trois déterminants a été observée. Les attitudes ont un effet fort sur les intentions d'entrepreneuriat social suivi par le contrôle comportemental. Les normes subjectives n'ont qu'un effet indirect sur les intentions. Ceci est conforme à la littérature puisque les différences culturelles expliquent cette variabilité (Boissin et al., 2009 ; Yang et al., 2016).

Conclusion

La présente étude visait à étudier les antécédents de l'intention d'entrepreneuriat social des étudiants universitaires. L'analyse du modèle montre l'applicabilité de la TCP dans le cadre de notre étude mais une différence dans le poids des trois déterminants a été observée. Les attitudes ont un effet fort sur les intentions d'entrepreneuriat social suivi par le contrôle comportemental perçu. Les normes subjectives quant à elles, ont une relation inverse avec les intentions d'entrepreneuriat social, car leur effet est négatif. En revanche elles n'ont qu'un effet indirect sur les intentions.

Les conclusions de la présente étude fournissent des informations utiles au décideur dans le domaine de l'éducation. Des initiatives doivent être prises pour améliorer les attitudes vis-à-vis des comportements entrepreneuriaux sociaux. Afin de faciliter la création de nouvelles entreprises sociales où au moins le lancement des projets sociaux pour et par la jeune génération, le gouvernement devrait fournir les fonds et les infrastructures de soutien nécessaires, ainsi que simplifier les obstacles et les restrictions juridiques afin d'initier des comportements entrepreneuriaux dans le secteur social.

En enquêtant sur la formation de l'intention d'entrepreneuriat social, les chercheurs peuvent facilement recueillir d'autres informations sur le comportement d'entrepreneuriat social et considèrent ces résultats comme point de départ pour d'autres recherches.

Certainement, il y a quelques limites à cette étude. Les données recueillies pour l'étude sont des données transversales, alors qu'une donnée longitudinale est préférable pour tirer des conclusions fermes. De plus, l'échantillon est composé d'étudiants universitaires d'une seule université, ce qui est insuffisant pour rendre les résultats généralement applicables.

Quelques orientations possibles pour de futures recherches peuvent être mises en évidence. La réplication de l'étude en utilisant les aspects méthodologiques dans d'autres universités publiques et privées Marocaines générera des résultats plus généralisables. Le modèle théorique utilisé dans l'étude peut être testé et reproduit dans d'autres zones géographiques.

BIBLIOGRAPHIE

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1–63.
- Ajzen, I. (1988). Attitudes, personality, and behavior. Chicago: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Making*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980): Understanding attitudes and predicting social behavior, 1. Auflage, Prentice-Hall, Upper Saddle River, New York
- Ajzen, I. (1991): The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499.
- Audet, J. (2004). L'impact de deux projets de session sur les perception et intentions entrepreneuriales d'étudiants en administration. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 17(3), 223–240.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G.G.C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Bagozzi, P. R., Baumgartner, H. & Yi, Y. (1992). State vs Action Orientation and the Theory of Reasoned Action. *Journal of Consumer Research*, 18, 437-461.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Bandura, A. (2006). Guide to constructing self-efficacy scales. In F. Pajares & T. C. Urdan (Eds.), *Self-efficacy beliefs and adolescents*, (5), 307-337.
- Baumard, P., Donada, C., Ibert, J., & Xuereb. JM., (2014). La collecte des données et la gestion de leurs sources. In thiétart et al, 2014, *Méthodes de Recherche en Management*, Dunod, Paris.
- Benitez,J., Henseler,J., Castillo,A. & Schuberth, F. (2020). How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research. *Information & Management*, 57(2), 1-16.
- Bird, B., (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Boissin J.P., Chollet B., & Emin S. (2009), Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique », *M@nagement*, 12(1), 43-75.
- Boissin J.P., Chollet B., & Emin S. (2009), « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique », *M@nagement*, 12(1), 43-75.
- Castellano. S., Maalaoui. A., Safraou. I. and Reymond. E. (2014). Linking intuition and entrepreneurial intention: a comparative study among French and US student entrepreneurs. *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, 18 (1), 23-44.
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business horizons*, 51(4), 267-271.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Do Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Ricardo Gouveia Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about

- secondary students. *Journal de l'entrepreneuriat international* 9(1), 20–38. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0071-9>
- Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), 1-20.
- Ernst, K. (2011). Heart over mind—An empirical analysis of social entrepreneurial intention formation on the basis of the theory of planned behaviour [Unpublished doctoral dissertation]. University Wuppertal.
- Evrard Y., Pras B. & Roux E., (2009), *Market : Etudes et recherches en marketing* (4è éd), Dunod.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2005). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Laker, D. F. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*. 18(1), 39-50.
- Geisser, S. (1974). A predictive approach to the random effects model. *Biometrika*, 61(1), 101-107.
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R.K., & Cantner, U. (2009). Approaching the agora: Determinants of scientists' intentions to pursue academic entrepreneurship. [Working paper] Jena, Germany: School of Business and Economics, Friedrich Schiller University.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M., & Gudergan, S.P. (2018), *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage:Thousand Oaks, CA.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., & Calantone, R.J. (2014). Common beliefs and reality about partial least squares: comments on Rönkkö and Evermann (2013). *Organizational Research Methods*. 17(2), 182-209.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151.
- Hair, J. F., W. C. Black , B.J. Babin et R.E. Anderson (2010), *Multivariate Analysis. A Global Perspective*, 7e éd., Upper Saddle River, Pearson.
- Halberstadt, J., & Spiegler, A. B. (2018). Réseaux et processus de concrétisation des idées des femmes entrepreneurs sociaux en Afrique du Sud. *Soc. Enterp. J.* 14, 429-449. 10.1108/SEJ-01-2018.
- Henseler, J. (2018). Partial least squares path modeling: quo vadis?. *Quality & Quantity*, 52(1), 1-8.
- Henseler, J., Dijkstra, T.K., Sarstedt, M., Ringle, C.M., Diamantopoulos, A., Straub, D.W., Ketchen, D.J., Hair, J.F., Hult, G.T.M. & Calantone, R.J. (2014), "Common beliefs and reality about partial least squares: comments on Rönkkö and Evermann (2013)", *Organizational Research Methods*, 17(2), 182-209.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *New Challenges to International Marketing, Advances in International Marketing*. 20, 277-320.

- Hockerts, K., (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Enterp. Theory Pract.* 41, 105–130.
- Hsieh, C.T., Lai, F., & Shi, W. (2006). Information orientation and its impacts on information asymmetry and e-business adoption: evidence from China international trading industry. *Industrial Management & Data Systems*, 106(6), 825-840.
- Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), 66–80.
- Koçoğlu, M., & Hassan, M. (2013). Assessing Entrepreneurial Intentions of University Students: A Comparative Study of Two Different Cultures: Turkey and Pakistani. *European Journal of Business and Management*, 5(13), 242-253.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(1), 5-21.
- Kolvereid, L. (1996b). Predictions of employment status choice intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Liñán, F., & Chen, Y. -W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933. doi:10.1007/s11365-015-0356-5
- Liñán, F., & Javier Santos, F. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Martin, O. (2009). L'enquête et ses méthodes. L'analyse de données quantitatives. Armand Colin.
- Miller. T. (2005). *An Invitation to Social Psychology*. Cengage Learning.
- Mody, M., & Day, J. (2017). Heroic Messiahs or Everyday Businessmen? The Rhetoric and the Reality of Social Entrepreneurship in India. In *Social Entrepreneurship and Tourism* (pp. 207-220): Springer.
- Peattie, K., & Morley, A. (2008). Eight paradoxes of the social enterprise research agenda. *Social Enterprise Journal*, 4, 91-107.
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*, 41(1), 56-65.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L. W., & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*.
- Rigdon, E. E. (2014). Rethinking partial least squares path modeling: breaking chains and forging ahead. *Long Range Planning*, 47(3), 161-167.
- Ringle, C.M., Sarstedt, M. & Schlittgen, R. (2014), "Genetic algorithm segmentation in partial least squares structural equation modeling", *OR Spectrum*, Vol. 36 No. 1, pp. 251-276.
- Ringle, C.M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. Bönningstedt: SmartPLS. Retrieved from <http://www.smartpls.com>
- Robinson, J.A., Mair, J., & Hockerts, K. (Eds) (2009), *International Perspectives of Social Entrepreneurship*, Palgrave, London.

- Roussel, P., Durieu, F., Campoy, E., & El Akremi, A. (2005). Analyse des effets linéaires par modèles d'équations structurelles. Dans Roussel, P., & Wacheux, F. (Éds), *Management des ressources humaines. Méthodes de recherche en sciences humaines et sociale*. De Boeck, Bruxelles.
- Royer, I., & Zarlowski, P. (2014b). Le design de la recherche. In Thiétard R.A. et al., *Méthodes de recherche en management*, (Dunod, 4ème édition, Chap 6, p. 168-198.). Paris.
- Salomon, G. T., Alabduljader, N., & Ramani, R. S. (2019). Gestion des connaissances et formation à l'entrepreneuriat social : enseignements tirés d'une étude exploratoire dans deux pays. *J. Knowl. Gérer.* 23 1984–2006. 10.1108/JKM-12-2018-0738
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2009a). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65.
- Singh, B., Verma, P., & Rao, M. (2016). Influence of Individual and Socio-cultural Factors on Entrepreneurial Intention. *South Asian Journal of Management*, 23(1), 125-129.
- Singh, S. K., & Gaur, S. S. (2018). Entrepreneurship and innovation management in emerging economies. *Management Decision*, 56(1), 2-5.
- Stone, M. (1974). Cross-validators choice and assessment of statistical predictions. *Journal of the Royal Statistical Society*, 36(2), 111-147.
- Sutton, S. (1998). Explaining and predicting intentions and behavior: How well are we doing? *Journal of Applied Social Psychology*. 28, 1318-1339.
- Tan, L. P., Le ANH, & Xuan, L. P. (2020). Une revue systématique de la littérature sur l'intention entrepreneuriale sociale. *J. Soc. Entrep.* 11, 241–256.
- Tkachev, A., & Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269–280.
- Tounès, A. (2003). *L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE* [thèse de doctorat non publiée], Université de Rouen.
- Tounès, A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La Revue des sciences de gestion*, 219, 57-65.
- Valois, P., Godin, G., J obin, J., & Ross, A. (1991). Prediction of intention to exercise of individuals who have suffered from coronary heart disease. *Journal of Clinical Psychology*, 47(6), 762-772.
- Vallerand, R. J., & Bissonnette, R. (1992). Intrinsic, extrinsic, and amotivational styles as predictors of behavior: A prospective study. *Journal of Personality*, 60(3), 599-620.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.
- Vinogradov, E., Kolvereid, L. & Timoshenko, K. (2013). Predicting entrepreneurial intentions when satisfactory employment opportunities are scarce, *Education + Training*, 55(7), 719-737. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2012-0067>

- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS pathmodeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 33(1), 177-195.
- Yang, C. Y., Courtney, B., Karen, G., Ting, L., Kristen, S., & Kathleen, M. H. (2016). Social relationships and physiological determinants of longevity across the human life span. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 113(3), 578–583. DOI:10.1073/pnas.1511085112
- Yunus, M. (2007). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism*. USA : Public Affairs.