



Entrepreneurship in University
Environments

L'Environnement universitaire
de l'entrepreneurship



L'environnement universitaire de l'entrepreneurship au Canada atlantique
Comprendre les entrepreneurs : **un examen de la documentation**

L'ENVIRONNEMENT UNIVERSITAIRE DE L'ENTREPRENEURSHIP AU CANADA ATLANTIQUE

PREMIÈRE PARTIE *Comprendre les entrepreneurs :* *un examen de la documentation*

Décembre, 2004

Sue McNeil
Directrice de l'éducation et
des relations externes
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

David Fullerton, M.Sc.
Directeur de la formation et
du développement
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Leanne Murphy
Aide de recherches
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Préparé pour et par :

le Consortium sur l'entrepreneurship des universités du Canada atlantique

Il est interdit de reproduire, de sauvegarder ou de transmettre, en totalité ou en partie, le contenu de cette publication, sous aucune forme ou par quelque moyen que ce soit, sans l'autorisation écrite du Comité sur la propriété intellectuelle du consortium susmentionné. Des extraits de cette publication peuvent être reproduits aux fins de recherche, d'études, de critique ou d'examen sans autorisation écrite, à condition d'en accorder le crédit aux auteurs et d'indiquer la source. Ce consentement ne s'applique pas à la reproduction à grande échelle, telles que la reproduction aux fins de compilation de nouveaux ouvrages collectifs ou de revente. Pour obtenir une autorisation écrite, veuillez communiquer avec M^{me} Jill Hiscock, gestionnaire de projets de recherche ou avec le Acadia Centre for Small Business & Entrepreneurship de l'Université Acadia, Wolfville, Nouvelle-Écosse, Canada.

Le consortium souhaite remercier l'Agence de promotion économique du Canada atlantique de son appui et de sa contribution à ce projet de recherche-développement



Agence de
promotion économique
du Canada atlantique

Atlantic Canada
Opportunities
Agency

Canada

ISBN : 0-9736671-1-7

Téléphone : (902) 585-1180
Courriel : jill.hiscock@acadiau.ca

This material is also available in English:
**ENTREPRENEURSHIP IN ATLANTIC
CANADIAN UNIVERSITY ENVIRONMENTS**
PART I - Understanding Entrepreneurs:
An Examination of the Literature

ISBN: 0-9736671-0-9

le Consortium sur l'entrepreneurship des universités du Canada atlantique
a/s Acadia Centre for Small Business & Entrepreneurship
Willett House – 38, promenade Crowell
Université Acadia
Wolfville, Nouvelle-Écosse
B4P 2R6
TÉL : (902) 585-1180
TÉLÉC. : (902) 585-1057

SOMMAIRE

« La valeur de l'enseignement entrepreneurial va bien au-delà des répercussions positives de la création d'entreprises sur le développement régional. Selon Blais [une autorité dans le domaine de l'entrepreneurship et du génie technologiques au Canada], la valeur de l'enseignement entrepreneurial inclut le développement personnel de l'individu. Il ajoute un volet pratique à la connaissance théorique et concentre l'attention sur les talents et compétences de l'étudiant. Il motive en outre les étudiants à faire preuve de plus de créativité et d'innovation et les rend plus aptes à réaliser avec d'autres des initiatives d'équipe. » [TRADUCTION] (Menzies et Gasse, 1999 : 6).

- Trois différentes formes d'entrepreneurship ont vu le jour depuis l'époque médiévale du système d'artisanat : l'entrepreneurship traditionnel, l'intrapreneuriat et l'entrepreneurship individuel.
- Il est nécessaire d'établir une définition holistique d'un entrepreneur si on veut faire le pont entre l'entrepreneurship et le monde universitaire.
- « L'éducation sous-entend une remise en question de la façon traditionnelle de faire les choses. Il en va de même de l'entrepreneurship. Dans notre société, il existe de nombreux problèmes que le marché ne peut résoudre. La santé, l'éducation et l'aide sociale sont en désarroi et pour y apporter des améliorations, on a besoin de penseurs. D'une certaine façon, on pourrait considérer que ces penseurs sont des entrepreneurs sociaux, des gens qui ont de l'imagination, du dynamisme et de la souplesse et qui sont disposés à prendre des risques qui ne sont pas nécessairement axés sur le marché. » [TRADUCTION] (Reid, 2000 : 8)
- En établissant une définition, il est possible de redresser certaines erreurs du genre « l'entrepreneurship n'est lié qu'au monde des affaires » en y introduisant davantage d'aspects sociaux de l'entrepreneurship et en l'envisageant dans une perspective holistique. On le constate d'après la recherche sur l'entrepreneurship effectuée dans des domaines comme les soins infirmiers, laquelle peut s'appliquer à d'autres secteurs également.
- Au terme d'un examen approfondi des études de recherche et de la littérature pertinentes, nous soutenons que nombre de compétences que partagent les entrepreneurs ne sont pas innées, et qu'elles peuvent être apprises/développées par les gens.
- Les principaux secteurs de la connaissance du monde des affaires nécessaire pour remporter du succès dans une initiative entrepreneuriale sont le marketing/la vente, les finances, la comptabilité, la gestion (organisation du travail) et la planification d'entreprise. Une connaissance de l'ingénierie est également considérée comme un atout.

- D'après cent des plus grands entrepreneurs des États-Unis, la motivation personnelle, une aisance face au risque et à l'incertitude, le bon sens et de solides valeurs personnelles sont les quatre caractéristiques qui influencent le plus le succès entrepreneurial.
- Ce sont les personnes qui ont un niveau de créativité et d'innovation élevé jumelé à de solides compétences en gestion et à un savoir-faire commercial (comptabilité, marketing, finances) qui ont le plus de chances de réussir comme entrepreneurs. La créativité et l'innovation sont des qualités qui se développent, et le savoir-faire s'enseigne.
- Une école commerciale concentre son attention sur le jugement critique à porter après analyse d'une grande quantité d'informations alors qu'il faut enseigner aux entrepreneurs à prendre des décisions « intuitives » en ne disposant que d'une information limitée.
- Vu la diminution des ressources gouvernementales, les pressions exercées pour accéder à un financement accru du secteur privé, la forte concurrence mondiale pour attirer les étudiants et la baisse de la population étudiante, les universités traversent une période de turbulence et certaines d'entre elles luttent pour pouvoir continuer à offrir leurs programmes. On dispose d'éléments de preuve de plus en plus nombreux pour affirmer qu'en pareille situation, l'adoption d'une orientation entrepreneuriale peut avoir une incidence positive sur le rendement organisationnel. (Emerson et Twersky, 1996 : 337)
- Près de 70 % des étudiants de niveau secondaire manifestent un intérêt pour la création d'entreprises (Gallup, 1994) et plus de 96 % des entrepreneurs/dirigeants et étudiants sont d'avis qu'il serait avantageux d'offrir des études en entrepreneurship au niveau universitaire.
- Un intérêt croissant pour l'entrepreneurship se manifeste à l'échelle de nombreuses disciplines. Des étudiants en génie, en éducation physique, en médecine/soins infirmiers et en beaux-arts peuvent aussi profiter d'une formation entrepreneuriale.
- Les universités qui adoptent une approche proactive et qui intègrent dans leur programme des cours pertinents, axés sur l'entrepreneurship, pour répondre à la demande ou au besoin exprimé (Dunn et Short, 2001 : 8; Gallup, 1994) pourraient en tirer profit par une hausse des inscriptions. Ce fut le cas de la Swinburne University of Technology, en Australie, et de l'Université de Calgary au Canada.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	i
TABLE DES MATIERES	iii
LISTE DES APPENDICES, TABLEAUX, FIGURES.....	iv
EQUIPE DE RECHERCHE.....	v
CONTEXTE.....	1
I. APERÇU.....	1
II. OBJECTIF DE L'EXAMEN DE LA LITTÉRATURE.....	3
III. MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	3
EXAMEN DE LA LITTÉRATURE	6
I. QU'EST-CE QU'UN ENTREPRENEUR?	7
A. ÉVOLUTION DU TERME « ENTREPRENEUR »	7
B. DÉFINITIONS ACTUELLES D'UN « ENTREPRENEUR ».....	12
C. COMMENTAIRES SUR LES DÉFINITIONS	15
II. COMPÉTENCES ET CARACTÉRISTIQUES/TRAITS DE PERSONNALITÉ D'UN ENTREPRENEUR	17
A. COMPÉTENCES.....	19
B. CARACTÉRISTIQUES/TRAITS DE PERSONNALITÉ	20
C. TYPES D'ENTREPRENEURS.....	23
D. COMMENTAIRES SUR LES COMPÉTENCES ET CARACTÉRISTIQUES..	27
III. OBSTACLES, INFLUENCES ET PRATIQUES EXEMPLAIRES	32
A. ÉNONCÉ DU PROBLÈME.....	33
B. INFLUENCES	35
C. COMMENTAIRES SUR LES INFLUENCES.....	41
CONCLUSION	42
I. DÉFINITION	42
II. CARACTÉRISTIQUES ET COMPÉTENCES.....	44
III. OBSTACLES, INFLUENCES ET PRATIQUES EXEMPLAIRES	47
BIBLIOGRAPHIE.....	52
BIBLIOGRAPHIE - SOURCES SECONDAIRES.....	56
APPENDICES.....	63

LISTE DES APPENDICES

APPENDICE 1 : UNIVERSITES DU CANADA ATLANTIQUE CONTACTEES POUR OBTENIR LEURS ANNUAIRES	63
APPENDICE 2 : UNIVERSITES EXAMINEES RELATIVEMENT A L'ELABORATION D'UN MODELE.....	64
APPENDICE 3 : DÉFINITIONS DE L'ENTREPRENEURSHIP	66
APPENDICE 4 : LE MODÈLE DES CINQ FACTEURS.....	72
APPENDICE 5: EXPLICATION DES ACRONYMES UTILISÉS.....	75

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : LE DÉVELOPPEMENT SÉMANTIQUE DES TERMES ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURSHIP	9
TABLEAU 2 : LES POINTS DE TRANSITION DE LA SIGNIFICATION DE L'ENTREPRENEURSHIP	11
TABLEAU 3 : SUCCÈS REMPORÉ PAR LES QUATRE TYPES	26
TABLEAU 4 : ATTITUDES ET COMPORTEMENTS SOUHAITABLES QU'IL EST POSSIBLE D'ACQUÉRIR	31
TABLEAU 5 : DIFFÉRENCE D'ORIENTATION – TRADITIONNELLE (SUR LES AFFAIRES) ET ENTREPRENEURIALE.....	34
TABLEAU 6 : MODÈLE DES CINQ FACTEURS.....	73

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : ENTREPRENEUR – PLUS QU'UN PROPRIÉTAIRE/DIRIGEANT	20
FIGURE 2 : TYPOLOGIE D'UN ENTREPRENEUR.....	26
FIGURE 3 : FACTEURS RELATIFS AU MARCHÉ ET À L'ENVIRONNEMENT QUI INFLUENCENT LA NATURE DE LA RÉPONSE ENTREPRENEURIALE.....	40

ÉQUIPE DE RECHERCHE

Sue McNeil
Directrice de l'éducation et des relations externes
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

David Fullerton, M. Sc.
Directeur de la formation et du développement
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Leanne Murphy
Aide de recherches
Enterprise Development Centre
Université St. Francis Xavier
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Gestionnaire de projet :	Jill Hiscock
Enquêteurs principaux :	Sue McNeil David Fullerton
Examen et interprétation :	Sue McNeil David Fullerton Leanne Murphy
Rapport :	Sue McNeil David Fullerton Leanne Murphy
Adjoints-étudiants à la recherche :	Kelly Steeves Kevin Curry

CONTEXTE

I. APERÇU

Historiquement, on peut mesurer le niveau de vie d'une nation en établissant sa capacité de produire des biens et services et de les distribuer largement dans l'ensemble de sa population. À cette fin, c'est l'entrepreneur qui sert la société en assumant le risque et en réalisant l'innovation qui fait évoluer les valeurs et idées existantes. C'est grâce à l'initiative de l'entrepreneur que s'installent la diversité et la concurrence qui, à leur tour, façonnent notre niveau de vie. Ainsi, l'entrepreneur est, et continuera d'être, un élément précieux du progrès social. [TRADUCTION] (King, 1984 : 400)

Dans un récent rapport de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) intitulé *Mise en valeur de l'entrepreneurship dans les universités de la région de l'Atlantique*, certains secteurs de préoccupation sont mis en évidence concernant l'existence de programmes universitaires axés sur l'enseignement entrepreneurial. La Fondation John Dobson fait écho à cette préoccupation en affirmant que :

Depuis quelques années, nous nous sommes inquiétés du peu de recherche sur l'entrepreneurship effectuée au Canada; du partage déficient des méthodes d'enseignement de l'entrepreneurship; et du peu de fonds consacrés à ce sujet. Nous pensons qu'on peut faire davantage au niveau universitaire. [TRADUCTION] (Menzies, 1998 : iii)

Le document de l'APECA indique que l'une des étapes importantes à franchir pour former des entrepreneurs qui connaîtront du succès au Canada atlantique consiste à obtenir l'appui des universités du Canada atlantique, anglophones et francophones, pour tenter d'améliorer l'enseignement entrepreneurial. De même, le document précise qu'il importe de créer des partenariats avec les universités pour promouvoir davantage l'entrepreneurship, pour défendre les intérêts du développement de l'enseignement entrepreneurial et pour prolonger dans la collectivité l'esprit d'entrepreneurship émanant de chacune des institutions.

Le document dressait une liste de mesures qui pourraient être prises pour obtenir les résultats susmentionnés :

- Établir l'état de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique;
- Entreprendre des activités susceptibles de créer, dans les universités, un environnement qui permet aux étudiants de se familiariser avec les possibilités et défis associés au démarrage d'une entreprise;
- Encourager les facultés autres que la Faculté du commerce à offrir des cours en entrepreneurship;
- Inciter les personnes qui étudient dans un domaine autre que celui des affaires à envisager la création d'une entreprise comme une carrière professionnelle;
- Déterminer les niveaux des programmes d'entrepreneurship et des activités de sensibilisation à l'entrepreneurship et de défense des intérêts s'y rapportant;
- Créer un répertoire des ressources entrepreneuriales;
- Mettre au point des ressources et des programmes pour la prestation de l'enseignement entrepreneurial et de ses programmes;
- Offrir des programmes/services aux étudiants et au corps professoral.

L'objectif premier du projet de recherche *L'environnement universitaire de l'entrepreneurship au Canada atlantique* consiste à répondre aux préoccupations soulevées dans le document de l'APECA et à tenter de trouver et de mettre au point des ressources et des programmes qui permettront de combler les lacunes au chapitre de l'enseignement entrepreneurial, de la sensibilisation à l'entrepreneurship et de la défense de ses intérêts au niveau universitaire, comme le fait ressortir l'étude de l'APECA. Les objectifs généraux consistent à faire un recherche et à établir un modèle de prestation de l'entrepreneurship à divers niveaux d'enseignement universitaire, modèle qui permettra :

- de mettre tous les étudiants en contact avec l'entrepreneurship;
- de fournir les renseignements nécessaires pour appuyer la création d'un milieu d'apprentissage axé sur l'entrepreneurship;
- de développer chez les étudiants les caractéristiques/traits de personnalité d'un entrepreneur;

- de sensibiliser les étudiants à la création d'une entreprise comme option professionnelle viable;
- d'accroître la création d'entreprises parmi les étudiants.

II. OBJECTIF DE L'EXAMEN DE LA LITTÉRATURE

L'étendue de la recherche que nous avons effectuée est vaste et elle inclut des renseignements de base sur les définitions et caractéristiques. De même, nous avons entrepris un examen approfondi des pratiques exemplaires ou modèles qui pourraient être adaptés aux universités du Canada atlantique. Certains thèmes ont été établis pour permettre une analyse, une présentation et une discussion systématiques de l'entrepreneurship et du développement de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique. L'examen de la littérature a pour but de faciliter la mise au point d'un outil d'enquête valable et efficace pour le projet de recherche et d'illustrer ce qui se fait actuellement dans la collectivité universitaire internationale, en ce qui concerne l'enseignement entrepreneurial.

La première étape du projet (Première partie : Examen de la littérature et Deuxième partie : Examen des modèles, des pratiques exemplaires et de l'élaboration des programmes) a pour but d'examiner la recherche et la littérature pertinentes, notamment l'information suivante, et d'en faire un synopsis :

- la définition d'un entrepreneur;
- les compétences et caractéristiques/traits de personnalité des entrepreneurs;
- les influences internes et externes susceptibles d'avoir des répercussions sur la mise en œuvre et la réussite de l'enseignement entrepreneurial au niveau universitaire;
- les modèles d'enseignement entrepreneurial.

III. MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Nous avons effectué une recherche exhaustive de l'hôte EBSCO (Elton B. Stevens Company), tout particulièrement de la base de données *Cambridge Scientific Abstracts*. Nous avons recensé les études universitaires et articles portant sur l'enseignement

entrepreneurial, un peu partout dans le monde, qui ont été publiés dans des revues, rapports et livres. Aux fins de la recherche, le sujet a été restreint à dix thèmes :

1. définitions du terme « entrepreneur »;
2. caractéristiques des entrepreneurs;
3. compétences des entrepreneurs;
4. traits de personnalité des entrepreneurs;
5. qualités des entrepreneurs;
6. types d'entrepreneurs;
7. modèles de mise en œuvre de l'enseignement entrepreneurial, y compris le curriculum et les obstacles rencontrés;
8. influences externes sur l'entrepreneuriat au sein des universités, tout particulièrement la géographie et la collectivité;
9. motifs de justification de l'entrepreneurship;
10. culture universitaire.

En ce qui concerne ce dernier point, nous nous sommes surtout concentrés sur les rôles joués par le corps professoral, l'administration et les étudiants pour ce qui est de favoriser ou d'entraver la culture entrepreneuriale, l'inertie ou les agents de changement.

En lisant chaque article, nous prenions des notes sur les thèmes énumérés ci-dessus pour accumuler l'information nécessaire à la rédaction d'un rapport final sur cette étape. La bibliographie de chaque article a été examinée afin de repérer des articles susceptibles de nous intéresser et des enquêtes sur les thèmes mentionnés précédemment. Nous avons ensuite commandé ces articles par l'une ou l'autre des méthodes suivantes : le prêt entre bibliothèques ou Novanet Express. La recherche accumulée en français a été repérée par le biais de la base de données ABI/Inform Global (de ProQuest). Les articles ont été traduits en cours de lecture et des notes ont été prises. Ces notes, tenant compte de chaque thème, ont été réunies dans des fichiers MS Word. Une fois tous les articles lus et l'information traitée, tous les fichiers thématiques ont été fusionnés en une liste principale.

M^{me} Theresa Menzies (Ph.D.) et M. Wayne Miner, spécialistes du domaine de l'entrepreneurship, ont été contactés par téléphone pour obtenir des commentaires sur le sujet. Tout commentaire pertinent a été inclus dans le document et il fait l'objet d'une citation (2001). Bien que le présent rapport se veut uniquement un examen de la littérature, chaque grand thème est suivi d'une section intitulée « Commentaires sur ... ». Ces commentaires ont pour but de formuler quelques propos sur les recommandations et/ou observations qui découlent directement de la littérature examinée dans le cadre du projet. Ces conclusions/recommandations pourraient contribuer à concentrer toute recherche ou discussion ultérieure autour des principales constatations de la recherche précédente.

EXAMEN DE LA LITTÉRATURE

La valeur de l'enseignement entrepreneurial va bien au-delà des répercussions positives de la création d'entreprises sur le développement régional. Selon Blais, la valeur de l'enseignement entrepreneurial inclut le développement personnel de l'individu. Il ajoute un volet pratique à la connaissance théorique et concentre l'attention sur les talents et compétences de l'étudiant. Il motive en outre les étudiants à faire preuve de plus de créativité et d'innovation et les rend plus aptes à réaliser avec d'autres des initiatives d'équipe. » [TRADUCTION] (Menzies et Gasse, 1999 : 6)

L'entrepreneurship, selon Theresa Menzies (1998 : 8), est un phénomène de plus en plus populaire qui n'a pas de définition généralement acceptée, ce qui donne lieu à des approches différentes face à la recherche universitaire et à l'enseignement entrepreneurial au niveau postsecondaire. Dans la première partie de notre examen de la littérature, nous jetons un coup d'œil aux définitions du terme « entrepreneur » et aux traits de personnalité et caractéristiques attribués aux entrepreneurs. Un examen attentif de l'évolution de la définition d'un entrepreneur permet de suivre l'histoire de ce terme, depuis ses origines dans la corporation de métiers de l'époque médiévale. Bien qu'on ne puisse offrir de définition unique de la signification véritable d'un entrepreneur, nous proposons un aperçu de diverses applications du terme pour pouvoir sélectionner la définition générale d'un entrepreneur qui respectera le mandat du présent projet.

Non seulement il n'existe pas de définition unique reconnue d'un entrepreneur, mais encore après des années de recherche sur le sujet, on constate qu'il n'existe pas de description unique reconnue des caractéristiques d'un entrepreneur. Autant il importe de définir l'entrepreneurship pour pouvoir sélectionner des modèles qui conviennent à l'enseignement dispensé aux entrepreneurs, autant il importe de connaître les caractéristiques clés d'un entrepreneur. Dans la présente section de notre examen de la littérature, nous faisons ressortir les principales compétences que doivent avoir les entrepreneurs, les caractéristiques nécessaires pour acquérir et/ou appliquer ces compétences, ainsi qu'une typologie des entrepreneurs. De même, nous nous attaquons à l'argument des « traits génériques » par opposition aux comportements appris qui a aussi

perturbé la mise sur pied d'une formation visant l'acquisition de compétences en leadership, dans un passé récent.

Après avoir établi la nécessité d'en arriver à une définition unique de l'entrepreneurship pour les fins de notre projet, et décrit les principales compétences et caractéristiques que partagent les entrepreneurs, à la section III de notre examen de la littérature, il sera question des influences internes et externes, positives et négatives, en lien avec l'adoption de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique.

I. QU'EST-CE QU'UN ENTREPRENEUR?

En 1971, Peter Kilby comparait la recherche d'un entrepreneur à la chasse au néléphant dirigée par Winnie L'Ourson dans le célèbre livre pour enfants de A.A. Milne, en 1926. Le néléphant était un animal de grande taille, et important, que toute la population du Boisé des Cent-Acres a rapporté avoir vu, même si tous l'ont décrit différemment ... Tout comme dans le cas du mythique néléphant, il n'existe pas de définition ou de description reconnue d'un entrepreneur, en dépit de décennies de recherches dans le domaine. [TRADUCTION] (Ensley et coll., 2000 : 59-60)

A. ÉVOLUTION DU TERME « ENTREPRENEUR »

Pour mieux comprendre l'entrepreneurship, il importe d'examiner et d'analyser la compréhension du terme « entrepreneur » qui s'est développée au fil du temps. Depuis que Cantillon, Say, Schumpeter et Weber ont fait œuvre de pionniers dans le domaine, l'étude de l'entrepreneurship a suscité l'intérêt dans les milieux universitaires comme professionnels. Cet intérêt - et les nombreuses études entreprises dans le domaine - ont abouti à des définitions variées et parfois peu flatteuses d'un entrepreneur. Par exemple, en 1848, Mills disait d'un entrepreneur qu'il était celui qui assume le risque; en 1934, Schumpeter a laissé entendre qu'un entrepreneur était innovateur; et en 1987, Winslow et Solomon ont affirmé que les entrepreneurs étaient des sociopathes légers (Solomon et Winslow, 1988 : 165). Bien qu'il soit évident qu'il n'existe pas de définition unique d'un

entrepreneur, l'élaboration d'une définition holistique de ce terme permettrait de jeter un pont entre l'entrepreneurship et le monde universitaire.

Bien qu'on puisse remonter jusqu'aux artisans de la période médiévale pour retracer les origines de l'entrepreneurship, c'est dans le contexte de l'industrialisation que s'est développé le sens à donner à l'entrepreneurship. Le régime de travail artisanal procurait à ses membres un niveau de vie sûr, tandis que l'industrialisation, en général, comportait des risques. Ainsi, une première transition s'est effectuée dans le domaine de l'entrepreneurship au moment du détachement de l'artisan entrepreneur.

L'industrialisation a marqué le début des marchés internationaux et de la production en série; le commerce a pris le dessus sur le système local. Les changements technologiques et économiques étaient un phénomène nouveau dans l'histoire, pendant le dernier tiers du XVIII^e siècle. L'ordre social prévisible et sûr que maintenait l'artisan était menacé par l'industrialisation. « Le système artisanal avait sa propre culture d'entrepreneur, légitimée par la société et caractérisée par des marchés locaux, un cycle de vie stable, statique et prévisible et un ordre social hiérarchique » [TRADUCTION] (Paula, 1996 : 81). Ce type d'environnement était tout à fait à l'opposé de celui de l'industrialisation. En raison de la position dominante qu'occupait l'industrialisation, l'entrepreneur artisan est demeuré indépendant tandis que le nombre d'employés salariés et de grandes entreprises a augmenté. Il importe de noter qu'il existe encore des artisans aujourd'hui. Ils sont un moyen de préserver et de transmettre les caractéristiques du système artisanal qui se sont perfectionnées grâce à l'apprentissage continu.

On peut attribuer l'utilisation répandue du mot « entrepreneur » à son développement sémantique. Au départ, sa signification venait du terme français « entreprendre » qui signifie « s'engager dans, tenter, essayer » (Solomon et Winslow, 1988 : 163). Les termes anglais *adventurer* et *undertaker* ont été utilisés pour qualifier un entrepreneur, puis d'autres termes comme *projector* et *contractor* à partir du 14^e siècle (Paula, 1996 : 83). En outre, au XVII^e siècle, Robert Cantillon a donné la définition suivante de l'entrepreneurship : « Travail autonome de toute sorte. Les entrepreneurs achètent à des prix certains, actuellement, et vendront à des prix incertains dans l'avenir. L'entrepreneur

est porteur d'incertitude. » [TRADUCTION] (Cantillon, *env.* 1730)

http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html). Toutefois, à l'aube du XVIII^e siècle, John Baptiste Say affirmait que :

L'entrepreneur est l'agent qui allie tous les modes de production et qui trouve dans la valeur des produits ... le rétablissement de tout le capital qu'il emploie, la valeur des salaires, l'intérêt et le loyer qu'il paie, ainsi que des profits qui lui appartiennent [TRADUCTION] (Say, 1816)
http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html).

TABLEAU 1 : LE DÉVELOPPEMENT SÉMANTIQUE DES TERMES ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURSHIP

Siècle	Terme	Signification
1100	Entreprendre	Faire quelque chose. (aucune connotation économique)
1300	<i>Adventurer</i> <i>Undertaker</i>	Expérience palpitante, imprévisible. Risque personnel, affectation émanant du gouvernement, homme honnête.
1300 et par la suite	<i>Projector</i>	Un spéculateur.
1400	<i>Contractor</i> Entrepreneur	Qui prend certains risques.
1500	<i>Contractor</i> Entrepreneur <i>Clerics</i>	Certains gestes violents et belliqueux. Gros contrats avec l'État.
1600	<i>Contractor</i> Entrepreneur	Personne qui assume un risque.
1700	<i>Entrepreneurship</i> - Say - Cantillon	Amélioration de l'économie Employeur = revenu incertain Employé = revenu certain

(Paula, 1996 : 83)

À partir du XVIII^e siècle, la science a commencé à présenter et à décrire les étapes progressives de l'entrepreneurship par suite de la montée de l'industrialisation. La science a contribué à ce nouvel environnement qui différait tellement de celui d'un entrepreneur artisan. L'entrepreneurship a pris une signification plus précise et scientifique. Deux approches différentes peuvent être identifiées.

Dans le premier cas, elle suit le développement sémantique du terme. Les efforts ont été tournés vers le conflit entre artisans dans un environnement industrialisé. Dans l'autre

cas, l'attention a surtout été portée sur le commerce international et les marchés libres. Elle était orientée non pas vers l'entrepreneurship, mais vers l'équilibre entre l'offre et la demande. [TRADUCTION] (Paula, 1996 : 82)

En outre, Israel Kirzner a indiqué que « l'entrepreneur reconnaît les débouchés et agit en conséquence. Essentiellement, l'entrepreneur amène le marché proprement dit vers un équilibre. » [TRADUCTION]

(http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html).

À l'opposé de Kirzner, Schumpeter soutient qu'au cœur de l'entrepreneurship, se trouve l'innovation.

L'entrepreneur est un innovateur; il réalise des changements au sein des marchés en appliquant de nouvelles combinaisons. Ces nouvelles combinaisons peuvent prendre plusieurs formes : 1) l'introduction d'un nouveau bien ou d'une nouvelle qualité du produit; 2) l'adoption d'une nouvelle méthode de production; 3) l'ouverture d'un nouveau marché; 4) la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement de matériaux ou composants nouveaux; 5) la mise en œuvre de la nouvelle organisation d'une industrie. [TRADUCTION] (http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html)

À l'exemple de Schumpeter, Max Weber voit l'entrepreneur comme un « coordonnateur dynamique des ressources » [TRADUCTION] (Paula, 1996 : 86). Toutefois, la définition d'un entrepreneur adoptée par Weber découle d'une perspective sociologique selon laquelle l'entrepreneurship est un processus culturel. D'après ce point de vue, Weber voit aussi l'entrepreneurship comme un éloignement par rapport aux vieilles traditions. Weber et Schumpeter ont tous deux explicitement mentionné que le type d'entrepreneur dont ils parlaient était à l'opposé de l'artisan (Paula, 1996 : 84-86).

À partir de la fin du XIX^e siècle, les organisations ont commencé à prendre le pas sur l'industrialisation, ce qui constitue le second point de transition (voir le tableau 2, p. 15). À l'intérieur de ce cadre temporel, deux formes d'entrepreneurship ont vu le jour.

L'entrepreneurship faisait référence aux entrepreneurs de l'extérieur de l'organisation, tandis que le terme « intrapreneur » faisait référence aux entrepreneurs de l'intérieur de l'organisation. Une telle interprétation sous-entend toutefois l'existence de deux phénomènes différents : un comportement collectif et un comportement individuel. L'hypothèse implicite que cela comporte est que l'entrepreneurship entre toujours dans la catégorie du comportement individuel. Toutefois, en tant que phénomène, l'organisation est de nature collective. Lorsque l'entrepreneurship est étroitement associé à un mode de comportement organisationnel, il acquiert une nouvelle signification et entre dans une nouvelle catégorie. [TRADUCTION] (Paula, 1996 : 87)

Il importe de noter que les intrapreneurs sont des travailleurs qui ont les traits de personnalité d'un entrepreneur; ce ne sont pas des propriétaires.

TABLEAU 2 : LES POINTS DE TRANSITION DE LA SIGNIFICATION DE L'ENTREPRENEURSHIP

500-1700	Système artisanal Ateliers et marché intérieur Environnement statique, milieu de travail hiérarchique, conjoncture et statut social Avenir sûr, pas de gains, pas d'accumulation de capital.	
Premier point de transition : Éloignement par rapport à l'entrepreneur artisan		
1700	Début de l'industrie et des entreprises à grande échelle; industrialisation, marchés internationaux et modes de production industrialisés. <i>L'entrepreneur comme agent de changement, individu qui rompt les traditions, crée de nouveaux modes de comportement; innovateur dynamique, qui assume le risque et qui est porteur d'incertitude; un coordonnateur.</i>	
Entrepreneurship externe		
1800	L'organisation comme éthos de l'époque. Les organisations planifient et contrôlent le comportement humain à tous les niveaux de la société.	
Second point de transition : Éloignement par rapport à l'organisation		
Fin des années 1800	<i>L'entrepreneur comme agent de changement, individu qui rompt avec les traditions, qui crée de nouveaux modes de comportement; innovateur dynamique, qui assume le risque et qui est porteur d'incertitude; un coordonnateur.</i>	
Entrepreneurship (entrepreneur/entreprise - base individuelle)	Intrapreneuriat (au sein de l'organisation – base collective)	Entrepreneurship individuel (entrepreneurship auto-orienté)

(Paula, 1996 : 88)

En résumé, trois différentes formes d'entrepreneurship ont vu le jour depuis l'époque médiévale du système d'artisanat; l'entrepreneurship traditionnel, l'intrapreneuriat et l'entrepreneurship individuel. Aux deux points de transition de la signification d'un entrepreneur, les caractéristiques de celui-ci se répètent.

L'entrepreneurship est étroitement lié à la rupture d'anciennes habitudes et institutions stables et hiérarchiques et à l'adoption de modes de comportements nouveaux, novateurs, holistiques qui incluent la prise de risques et la création de réseaux. Dans les deux cas, son rôle a été de servir d'instrument. [TRADUCTION] (Paula, 1996 : 88-89)

B. DÉFINITIONS ACTUELLES D'UN « ENTREPRENEUR »

Les fausses idées n'ont pas cessé de s'accroître tout au long des décennies, ce qui rend très complexe la discussion sur l'entrepreneurship. Ajoutez à cela la nature diversifiée de l'entrepreneurship et il est compréhensible que les chercheurs aient trouvé problématique de définir l'entrepreneurship. La littérature présentée révèle une multitude de définitions complexes du terme « entrepreneur » (appendice 3), et inversement, elle donne de la crédibilité à ceux qui soutiennent qu'on n'a pas encore bien défini en quoi consiste la discipline de l'entrepreneurship. Comme exemple du débat en cours, mentionnons qu'on se demande si entrepreneurship et création d'entreprises commerciales sont synonymes. Menzies et Gasse (1999 : 4) indiquent que :

L'entrepreneurship est une notion à multiples facettes; elle a évolué et inclut maintenant le travail autonome, la petite entreprise, les affaires montées à partir de rien, les nouvelles initiatives au sein d'une organisation, la gestion entrepreneuriale et une attitude d'entrepreneur (connaissance de soi et leadership), l'entrepreneurship social (sans but lucratif) et ainsi de suite. [TRADUCTION]

Hatten et Ruhland définissent ainsi un entrepreneur : « individu qui met sur pied et qui gère une entreprise dans le but premier de faire des profits et de croître. Les entrepreneurs se démarquent surtout par leur comportement novateur et ils ont recours à des pratiques de gestion stratégique dans l'entreprise » [TRADUCTION] (1995 : 224). Leibenstein ajoute à cela sa propre observation qu'en plus, l'entrepreneur « comble les lacunes du marché en exerçant des activités qui viennent compléter les facteurs de production, des

activités nécessaires à la création ou à la conduite d'une entreprise lorsque les marchés ne sont pas tous bien établis ou clairement définis et/ou qu'à l'intérieur de ceux-ci, certains éléments pertinents de la fonction production ne sont pas tout à fait connus »

[TRADUCTION] (1968; 1979). Lipper se fait l'écho de cette observation en laissant entendre qu'un entrepreneur est « celui qui crée une occasion de faire du profit en cherchant à résoudre des problèmes connus » [TRADUCTION] (1987 : 214). Ces définitions font de l'entrepreneurship une notion positive, surtout orientée vers la création d'entreprises. On pouvait s'y attendre étant donné que le terme « entrepreneurship » « fait historiquement référence aux efforts que déploie un individu qui assume le risque de traduire une vision en une entreprise commerciale prospère » [TRADUCTION]. (Morris et Jones, 1999 : 73)

Certaines définitions de l'entrepreneurship ajoutent d'autres dimensions au point de vue traditionnel d'un entrepreneur qui est celui d'un créateur d'entreprises. Timmons laisse entendre que « l'entrepreneurship consiste à créer et à mettre sur pied une chose ayant de la valeur à partir de presque rien. Autrement dit, l'entrepreneurship est le processus qui permet de créer ou de saisir une occasion et de l'exploiter peu importe que les ressources soient actuellement contrôlées » (1999 : 7). Weber voit aussi l'entrepreneurship comme un processus et il affirme qu'il s'agit d'un processus culturel. Normalement, on considère que ce processus consiste en la création de nouvelles entreprises; toutefois, il peut aussi s'appliquer à d'autres domaines. Simpson (1997 : 24) définit ainsi une infirmière entrepreneure : « personne qui cerne les besoins d'un patient, qui imagine comment les soins infirmiers pourront répondre efficacement à ces besoins et qui par la suite établit et exécute un plan pour répondre à ce besoin ... Il s'agit de chercher les possibilités et de réellement saisir l'occasion ». [TRADUCTION] Cette définition est soutenue par l'affirmation de Minton selon laquelle « les entrepreneurs appliquent la formation qu'ils ont reçue en faisant preuve de créativité; ils établissent de nouveaux contacts grâce au réseautage et organisent leurs propres perspectives professionnelles. » [TRADUCTION] (1987 : 74)

La profession infirmière offre des possibilités d'entrepreneurship. Les infirmiers et infirmières sont éduqués dans une perspective holistique, c'est-à-dire que les études d'un infirmier ou d'une infirmière sont axées sur les soins à donner à la personne et non sur le traitement d'une maladie. En outre, on apprend au personnel infirmier à évaluer l'état de santé d'un patient. En conséquence, le personnel infirmier est bien placé pour avoir une vue d'ensemble, qui est un élément essentiel de l'innovation. Comme l'a expliqué le Centre d'entrepreneurship de la Miami University of Ohio : « L'entrepreneurship est le processus qui consiste à définir, à développer et à concrétiser une vision. Il peut s'agir d'une idée novatrice, d'une occasion à saisir ou simplement d'une meilleure façon de faire une chose. » [TRADUCTION]

(http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html).

Sur une note un peu semblable, Reid (2000 : 8) indique :

L'éducation sous-entend une remise en question de la façon traditionnelle de faire les choses. L'entrepreneurship également. Dans notre société, il existe de nombreux problèmes que le marché ne peut résoudre. La santé, l'éducation et l'aide sociale sont en désarroi et pour y apporter des améliorations, on a besoin de penseurs. D'une certaine façon, on pourrait considérer que ces penseurs sont des entrepreneurs sociaux, des gens qui ont de l'imagination, du dynamisme et de la souplesse et qui sont disposés à prendre des risques qui ne sont pas nécessairement axés sur le marché. [TRADUCTION]

Emerson et Twersky (1996 : i) disent de l'entrepreneur social qu'il est :

Un gestionnaire sans but lucratif ayant des antécédents en travail social, en développement communautaire ou en affaires, qui réalise une vision du renforcement du pouvoir économique en créant une entreprise à vocation sociale ayant pour but d'élargir les possibilités des personnes qui vivent en marge du grand courant économique. [TRADUCTION]

C. COMMENTAIRES SUR LES DÉFINITIONS

Les efforts déployés pour définir l'entrepreneurship aux fins du présent projet se sont aussi heurtés à de nombreux problèmes. Les raisons sont multiples. D'abord, les définitions actuelles de l'entrepreneurship vont de la plus restrictive :

Personne qui sait reconnaître une possibilité, qui y donne suite en créant une organisation et qui, en cours de route, risque une quantité considérable de ses avoirs personnels. [TRADUCTION] (Bygrave et Minniti, 2000 : 27)

à la plus large :

Personne qui cerne un besoin et qui imagine comment répondre efficacement à ce besoin. (Simpson, 1997 : 24)

Pour s'attaquer à ce problème, il faut prendre note des thèmes qui reviennent le plus couramment, dans les définitions actuelles, puis choisir ceux qui correspondent le mieux aux paramètres du présent projet. Les définitions offertes dans la présente section font ressortir un large éventail d'activités allant du travail autonome de toute sorte au fait d'être un visionnaire, à la fois proactif et novateur, en passant par la mise en œuvre de nouvelles combinaisons de possibilités et/ou de produits. Les possibilités sont infinies et les défis à relever pour élaborer une définition satisfaisante sont considérables. Bien que la définition choisie doive être large et inclusive, il faut s'accommoder du fait que la définition acceptée pour notre projet ne peut comprendre toutes les facettes de l'entrepreneurship. Il importe aussi de se rappeler que la définition sélectionnée/ reconnue fera partie des facteurs utilisés pour décrire l'élaboration d'un modèle d'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique. En conséquence, il est fondamental que la définition soit claire et qu'elle englobe tous les principaux aspects qui doivent être inclus dans l'élaboration du programme. Bien qu'on ne puisse s'entendre parfaitement sur l'adoption d'une définition, il est essentiel que tous les promoteurs du projet aient une bonne compréhension de ce qu'on entend par « entrepreneurship » dans le cadre de notre initiative.

Un autre point semble problématique lorsqu'il s'agit d'établir une définition de l'entrepreneurship aux fins du présent projet : celui de la dichotomie des intérêts des parties en cause - l'enseignement entrepreneurial au niveau universitaire comme moyen de création d'entreprises par opposition à l'enseignement entrepreneurial comme méthode universitaire pour développer des esprits qui s'interrogent. Selon Bill Graham, président de l'association des professeurs de l'Université de Toronto, la formation d'entrepreneurs n'est pas le but de l'enseignement universitaire et la création d'entreprises n'est pas sa priorité (Desruiseaux, 1999 : 61). Pour que le projet puisse remporter du succès, et obtenir le soutien des deux parties, il faut trouver un terrain d'entente. Il importe que d'un côté comme de l'autre, on reconnaisse que l'enseignement entrepreneurial est utile. Tout comme il est utile de développer des esprits interrogateurs et analytiques qui ont beaucoup de respect pour la vérité, il est utile de doter ces esprits des compétences requises pour qu'ils puissent se servir de leur éducation comme d'un outil de création d'entreprises.

La définition adoptée pour le projet est : « ***la combinaison de compétences, d'aptitudes et d'attitudes que possèdent des individus et qui génère des idées nouvelles, des innovations et de nouvelles entreprises*** ». Cette définition correspond en grande partie à ce que nous constatons dans la recherche; toutefois, elle semble un peu générique car elle met surtout l'accent sur la création d'entreprises. En introduisant un plus grand nombre des aspects sociaux de l'entrepreneurship dans la définition de travail, en la considérant d'un point de vue holistique, on peut contrer certaines perceptions du genre « l'entrepreneurship n'a trait qu'au secteur des affaires ». Il est évident, à la lumière de la recherche sur l'entrepreneurship en sciences infirmières, ainsi que de la littérature portant sur les entrepreneurs sociaux, qu'elle s'applique à d'autres secteurs aussi.

En combinant notre définition de travail à celle élaborée par la Saint Louis University (2001, <http://www.eweb.slu.edu/Default.htm>), nous pourrions obtenir une définition plus holistique à utiliser dans le présent projet.

« La combinaison de compétences, d'aptitudes et d'attitudes que possèdent des individus et qui génère des idées nouvelles, des innovations et de nouvelles entreprises » et la capacité de concrétiser les

possibilités en créant de nouvelles entreprises. Les meilleurs entrepreneurs inventent de nouvelles façons de vivre, de travailler et de réussir. L'entrepreneurship qui remporte du succès allie indépendance et collaboration, vision et action, individu et collectivité. »

Cette définition permet d'acquérir une compréhension plus large de l'entrepreneurship. Elle inclut le développement de nouvelles idées, par exemple des étudiants en beaux-arts qui font le marketing de leurs agencements de compétences et d'aptitudes particuliers; les innovations comme le brevetage et le marketing de la propriété intellectuelle; et la mise sur pied d'entreprises sans but lucratif faisant appel à un mélange de sociologie/théologie/psychologie (etc.) et de connaissances en affaires. Elle offre un terrain d'entente entre l'enseignement entrepreneurial en tant que formation axée sur les affaires uniquement et l'enseignement entrepreneurial en tant qu'exercice purement universitaire. Elle donne à penser que l'enseignement entrepreneurial devrait intégrer l'acquisition des compétences requises pour exploiter pleinement les connaissances acquises par les étudiants dans le cadre du programme universitaire de leur choix, et ce, de manière profitable. L'inclusion de l'enseignement entrepreneurial et de l'acquisition des jeux de compétences et modes de pensée associés à l'entrepreneurship peut accroître les chances de succès des étudiants dans leurs entreprises postuniversitaires, qu'il s'agisse de la création d'une entreprise ou de la poursuite de travaux universitaires.

II. COMPÉTENCES ET CARACTÉRISTIQUES/TRAITS DE PERSONNALITÉ D'UN ENTREPRENEUR

Selon McClelland, le besoin de réussite est l'un des principaux traits de personnalité d'un entrepreneur tandis que selon Robinson, l'estime de soi et la confiance en soi ressortent davantage, chez les entrepreneurs, que le besoin de réussite ... Gasse indique que les entrepreneurs ont un locus de contrôle interne, ce qui pourrait s'avérer un moyen plus précis d'identifier les entrepreneurs potentiels que la motivation à réussir. [TRADUCTION] (Hatten et Ruhland, 1995 : 224 – 225)

Pendant des années, le débat sur la question de savoir si on naît un leader ou si on le devient a perturbé la recherche dans le domaine du leadership. L'étude de l'entrepreneurship se heurte à une dichotomie semblable. Et tout comme on ne s'entend pas sur la définition d'un entrepreneur, il n'y a pas de description des compétences et caractéristiques qu'il leur faut posséder. Dans la présente section de notre examen de la littérature, nous donnons un aperçu des principales compétences et caractéristiques attribuées aux entrepreneurs. De même, nous indiquons que nombre de ces compétences peuvent en fait s'enseigner. Bien que ce ne soit pas le point de vue de tous les chercheurs qui s'intéressent à l'entrepreneurship, la typologie d'un entrepreneur de Miner (1997 : 18) offre une image claire de ce que sont, d'après ses recherches, les quatre grandes catégories d'entrepreneurs. Elles seront décrites, en insistant surtout sur la catégorie des « battants » que Miner décrit comme ceux qui, à son avis, sont les véritables entrepreneurs. Même si les caractéristiques et compétences mises en évidence n'incluent peut-être pas toutes les habiletés ou traits de personnalité secondaires requis, elles incluent les principaux points qu'il faudrait prendre en considération dans la conception et l'élaboration de l'enseignement entrepreneurial.

De nombreuses études ont été faites sur les compétences et traits de personnalités / caractéristiques des entrepreneurs, à l'initiative de chercheurs universitaires et/ou de gens d'affaires. Bien que la plupart des experts se soient entendus sur le fait qu'un certain nombre de traits de personnalité sont communs aux entrepreneurs, ils ne s'entendent pas sur ceux qui importent le plus ou sur l'idée que ces traits soient inhérents ou appris. Par exemple, Bygrave et Minniti (2000 : 28) affirment que les individus sont à la base dotés d'un ensemble de caractéristiques qui déterminent leur prédilection à devenir un entrepreneur. Par ailleurs, Ede, Bhagaban et Calcich (1998 : 291) disent que « l'entrepreneurship n'est pas une caractéristique génétique, c'est une compétence apprise ». Au terme d'un examen minutieux des recherches et de la littérature pertinentes, il semble que nombre des compétences et caractéristiques que partagent les entrepreneurs ne soient pas innées, mais que les personnes puissent les apprendre ou les développer.

A. COMPÉTENCES

Selon Morris et Jones (1989 : 74), les entrepreneurs doivent pouvoir faire cinq choses :

- repérer et évaluer une possibilité;
- définir un concept commercial;
- déterminer les ressources nécessaires;
- se procurer les ressources nécessaires;
- lancer l'entreprise, l'exploiter et en récolter les fruits.

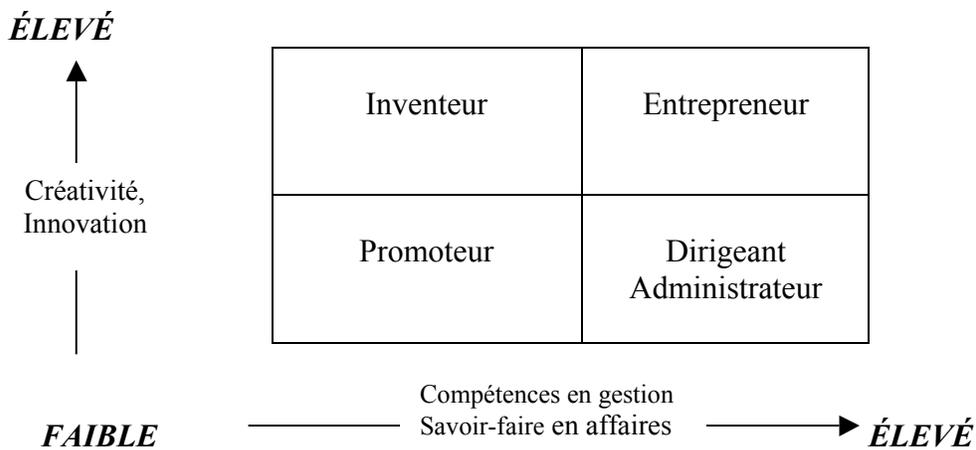
Pour y arriver, l'entrepreneur devrait faire appel à sa connaissance du monde des affaires, notamment du marketing/de la vente, de la gestion du travail, des finances, de la comptabilité et de la réflexion stratégique. Hood et Young (1993 : 124) expliquent qu'il est nécessaire d'avoir une compréhension fondamentale de ces secteurs pour remporter du succès comme entrepreneur. En outre, l'ingénierie est un atout étant donné l'utilisation de plus en plus fréquente de la technologie dans nombre des entreprises d'envergure mondiale qui connaissent la plus forte croissance, et les nombreux changements qu'elle subit. Il est également nécessaire que les individus acquièrent des compétences en présentation orale, en relations interpersonnelles et en planification d'entreprise (Hood et Young, 1993 : 121). Outre ces compétences, Hood et Young (1993 : 121-125) estiment que les aspects suivants (énumérés de façon aléatoire) – qui sont liés aux connaissances et aux compétences en affaires – sont essentiels au succès d'un entrepreneur :

- leadership;
- communication (orale/écrite);
- relations humaines/recrutement;
- gestion;
- négociation et conclusion de marchés;
- logique/esprit d'analyse;
- prise de décisions et fixation d'objectifs;
- rédaction d'un plan d'affaires.

On pourrait soutenir que ces compétences sont exactement celles que doit posséder tout chef d'entreprise au sein de n'importe quelle organisation, mais les compétences qui séparent les deux groupes sont la capacité de cerner une possibilité et de réaliser

l'entreprise qui en découle. Timmons (1989 : 21) laisse entendre, à la figure 1, que pour remporter du succès, comme entrepreneur, une personne doit avoir la créativité et l'innovation d'un inventeur et les compétences en affaires d'un gestionnaire. Bien qu'il n'y ait pas de consensus parmi les experts sur la question de savoir si la créativité et l'innovation sont des caractéristiques apprises ou innées, le savoir-faire en affaires et les compétences en gestion nécessaires pour réussir comme entrepreneur sont des compétences apprises.

FIGURE 1 : ENTREPRENEUR – PLUS QU'UN PROPRIÉTAIRE/DIRIGEANT



(Timmons, 1989 : 21)

B. CARACTÉRISTIQUES/TRAITS DE PERSONNALITÉ

Dans une enquête tirée du *Inc. Magazine*, cent des entreprises à capitaux publics les plus prospères, aux États-Unis, ont reçu des questionnaires qui ont été acheminés à plus de cinq cents de leurs entrepreneurs les meilleurs et les plus brillants. Parmi ceux qui ont retourné le questionnaire (n=100), 79 % avaient fondé au moins une entreprise leur appartenant et ils étaient tous le PDG ou le premier dirigeant de leur entreprise (Hood et Young, 1993 : 121). Parmi les secteurs de développement proposés pour que l'entrepreneurship produise de bons résultats, en ce qui concerne les traits de personnalité, on retrouvait le besoin de réussite, le locus de contrôle interne, une tolérance élevée à l'ambiguïté et à la nouveauté et un grand besoin d'autonomie et

d'indépendance. Voici une liste des caractéristiques qui, selon les participants, sont les plus importantes pour que l'entrepreneurship soit couronné de succès.

- **Motivation personnelle** (agir de sa propre initiative sans subir de pression de l'extérieur);
- **Prise de risques** (se sentir bien à l'aise avec le risque; être en mesure de calculer le degré de risque qui convient);
- **Bon sens** (sens pratique, dans les activités de tous les jours surtout);
- **Valeurs** (les principes ou normes morales d'une personne ou d'un groupe social; ce qui est généralement reconnu ou qu'on estime personnellement comme étant précieux ou important dans la vie);
- **Compétitivité/dynamisme** (avoir très envie de gagner; aimer la compétition; être énergique, assuré et avoir l'esprit d'entreprise);
- **Persistance** (continuer en dépit des obstacles);
- **Responsabilité** (pouvoir; avoir la capacité d'agir en toute autonomie et de prendre des décisions; avoir des comptes à rendre sur ses propres gestes et pouvoir vivre avec les conséquences);
- **Confiance en soi** (être indépendant; croire en sa capacité de réussir);
- **Acceptation de la solitude** (autonomie émotionnelle);
- **Capacité d'adaptation** (pouvoir s'adapter à de nouvelles conditions/de nouveaux environnements).

Les quatre premières caractéristiques énumérées sont celles qui d'après les hauts dirigeants sont les traits de personnalité les plus importants pour déterminer un succès entrepreneurial. Hood et Young (1993 : 131) ont demandé aux répondants d'évaluer si ces caractéristiques pouvaient ou non s'enseigner. Ils ont estimé que la motivation personnelle et le bon sens ne pouvaient s'enseigner, mais dans une faible majorité seulement (51 %). Par ailleurs, 85 % des répondants ont indiqué que la prise de risques et les valeurs pouvaient s'enseigner. Même si les deux premières caractéristiques ont été considérées innées, les résultats ont indiqué que d'après les répondants, elles pouvaient être stimulées par certaines méthodes expérientielles comme les études de cas, le

mentorat, les jeux de compétition, la sensibilisation et l'expérience dans une entreprise réelle (*idem*).

De nombreux chercheurs ont utilisé le modèle des « cinq facteurs » (appendice 4) pour tenter de catégoriser les entrepreneurs. « Tout au long des années 1980 et jusqu'à aujourd'hui, une pléthore de chercheurs s'intéressant à la personnalité ont élaboré le modèle des cinq facteurs en tant que paradigme fondamental de la recherche sur la personnalité » [TRADUCTION] (Howard et Howard, 2000 : 4-10). Voici les « cinq grands » facteurs généraux :

- Traits névrotiques (personnalité négative);
- Extraversion/Introversion;
- Amabilité;
- Souci du travail bien fait;
- Ouverture d'esprit.

Si on évalue la dispersion des caractéristiques attribuées aux entrepreneurs entre ces cinq facteurs, on peut penser que les entrepreneurs ne méritent pas de catégorie qui leur serait propre. Les caractéristiques qui ont été considérées communes à tous les entrepreneurs qui réussissent touchent à quatre des cinq facteurs. Bien qu'on ne puisse tirer de conclusions concrètes, il semble que les entrepreneurs soient généralement des extravertis qui ont l'esprit ouvert et le souci du travail bien fait; qu'ils soient des explorateurs qui concentrent leur attention et savent s'adapter, mais qui peuvent aussi être aimables. Le facteur de personnalité qui ne semble pas du tout correspondre à un entrepreneur est l'émotivité négative. Comme peu de recherches ont été faites sur le modèle des Cinq facteurs et sur sa relation avec les caractéristiques d'un entrepreneur, il vaudrait peut-être la peine de pousser un peu plus la recherche dans l'avenir.

John Miner (1997 : 13) soutient que la plus grande partie de la recherche effectuée sur la psychologie des entrepreneurs est de nature descriptive surtout. Même si des caractéristiques communes ont été établies, aucune relation de cause à effet n'a été établie entre les caractéristiques personnelles et les résultats d'une nouvelle entreprise. Par

exemple, on associe souvent le fort besoin de réussite et le fait d'être disposé à assumer un risque aux entrepreneurs qui remportent du succès, mais ces facteurs pourraient tout aussi bien caractériser des entrepreneurs qui échouent. Nombre des premiers efforts déployés pour étudier l'entrepreneurship ont porté sur la personnalité et la motivation ou les expériences de vie. Miner (1997 : 127) convient que « cette approche suit une logique intuitive, surtout lorsqu'on constate le fort caractère et les vies intéressantes des vrais entrepreneurs. Et pourtant, cette approche n'a pas réellement permis de faire des prédictions et n'a fourni qu'un aperçu limité du mode de fonctionnement des entrepreneurs. » [TRADUCTION] Bien qu'on tienne largement pour acquis qu'il existe un ensemble de qualités commun aux entrepreneurs, il n'y a pas de type de personnalité idéal ou d'éventail de qualités qui garantisse le succès.

C. TYPES D'ENTREPRENEURS

Compte tenu du peu de recherches qui établissent un lien entre des ensembles de caractéristiques entrepreneuriales et le succès, Miner (1997) a entrepris une recherche longitudinale, étalée sur une période de sept ans, concernant les entrepreneurs et a appliqué toute une série de tests à un échantillon de cent entrepreneurs qui connaissent du succès, en se servant d'un programme de développement de l'entrepreneurship comme mécanisme d'exécution. Cette étude a donné lieu à la mise sur pied de la typologie des entrepreneurs selon Miner (1997 : 22-31). Miner a réussi à faire entrer les entrepreneurs dans quatre catégories :

1. **Le type Véritable gestionnaire** – il a de grandes compétences en supervision et en communication, un fort besoin d'avancement et de réalisation de soi, une attitude positive envers l'autorité, le désir d'exercer une autorité, un esprit de décision, le désir de remplir les tâches de gestion courantes.
2. **Le type Expert en production d'idées** – il fait preuve d'innovation, sait résoudre des problèmes; il est très intelligent, hostile au risque.
3. **Le type Super vendeur empathique** – il est un empathique de style cognitif; il crée facilement des alliances stratégiques, souhaite aider les autres, valorise le processus

social et a un grand besoin d'avoir des relations harmonieuses; il croit que la force de vente est essentielle à la stratégie d'entreprise.

4. **Le type Battant** – il est motivé et réussit par lui-même; il se préoccupe de l'obtention de succès plus que des échecs et ainsi, il ne concentre pas ses énergies sur l'évitement de l'adversité et préfère de beaucoup les situations où il peut lui-même influencer et contrôler le résultat; il préfère les situations où les responsabilités individuelles sont bien définies de sorte qu'en cas de succès, il peut l'attribuer à ses propres efforts. Ce type, qui s'apparente à une personnalité de type A possède aussi les caractéristiques suivantes :

- désir d'obtenir des commentaires sur ses réussites;
- désir de planifier et de fixer des objectifs pour ses réalisations futures;
- grande initiative personnelle;
- solide engagement personnel à l'égard de son entreprise;
- désir d'obtenir de l'information et d'apprendre;
- locus de contrôle interne;
- valorisation des carrières où les objectifs personnels, les réalisations individuelles et les exigences du travail proprement dit dominant;
- faible valorisation des carrières où les groupes affinitaires dominant.

Miner (1997 : 33) considère que les trois premières caractéristiques s'apparentent davantage à celles des intrapreneurs, ou des entrepreneurs qui fonctionnent bien à l'intérieur d'organisations bien établies ou en partenariat avec d'autres entrepreneurs qui possèdent les qualités ou compétences qu'ils n'ont pas. La quatrième catégorie est celle qui, d'après Miner (1997 : 33), décrit avec le plus d'exactitude le véritable entrepreneur. Bien que les caractéristiques propres à tous les types soient inhérentes au travail entrepreneurial, Miner affirme (1997 : 33) que le type Battant répond davantage aux exigences de la création d'entreprises et sera plus susceptible de remporter du succès.

Même si les résultats de l'étude de Miner (1997) indiquent que les quatre catégories d'entrepreneurs produisent des résultats intéressants, relativement au succès, c'est le Battant qui affiche les preuves de succès les plus solides, suivi de près par le Véritable

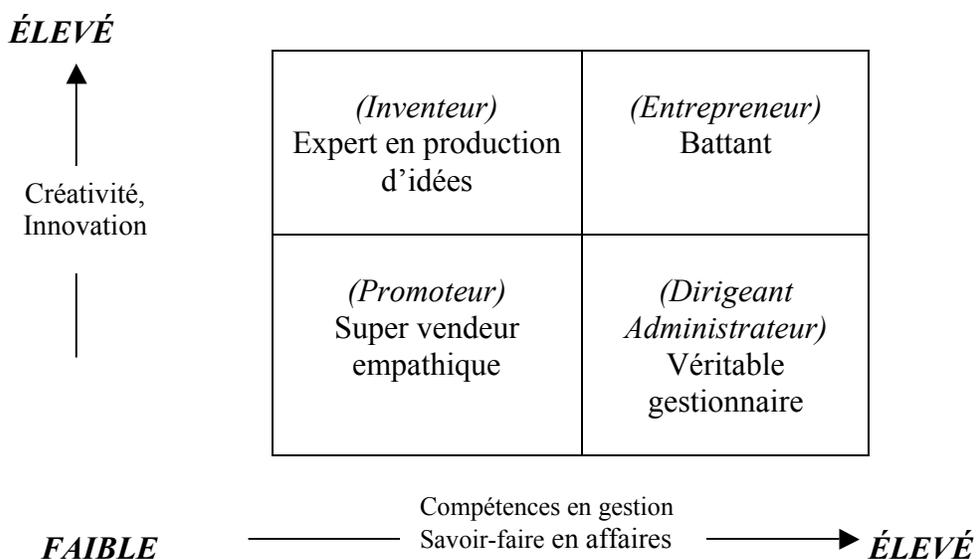
gestionnaire. De même, les résultats indiquent que les personnes qui entrent dans plus d'une catégorie, à l'exception du Super vendeur empathique, auront plus de chances de succès que celles qui s'inscrivent dans une seule catégorie (tableau 3). Manifestement, c'est l'ensemble des caractéristiques attribuées au Battant et au Véritable gestionnaire qui offre les plus grandes possibilités de prédire le succès.

TABLEAU 3 : SUCCÈS REMPORTÉ PAR LES QUATRE TYPES DE MINER

Type	Preuve substantielle de succès	Plus d'un type
Battant	58 %	86 %
Véritable gestionnaire	52 %	82 %
Expert en production d'idées	45 %	67 %
Super vendeur empathique	33 %	48 %

Ce qui est intéressant, c'est que si on compare les qualités attribuées au Battant avec les caractéristiques que les PDG et premiers dirigeants estiment par intuition être essentielles au succès d'un entrepreneur (p. 17), on constate qu'elles sont très similaires. Il semble que les résultats de la recherche de Miner (1997) soient appuyés par les constatations de l'étude sur les entrepreneurs qui remportent du succès. De même, les quatre catégories de Miner (1997) sont presque identiques à celles découvertes par Timmons (1989 : 21), conformément à ce qui a été illustré à la figure I, et même interchangeables avec celles-ci.

FIGURE 2 : TYPOLOGIE D'UN ENTREPRENEUR



Miner (2001) prétend en outre que certaines qualités de tous les types d'entrepreneurs peuvent être accentuées et que les caractéristiques du type Battant peuvent très bien s'enseigner. Cette affirmation s'appuie sur les dires de nombreux professionnels très haut placés du monde des affaires (Hood et Young, 1993 : 121) et sur les constatations établies dans le Cadre McClelland (Miner, 2001). Il est clair, lorsqu'on examine la figure 2 ci-dessus que la recherche de Timmons (1989) vient aussi appuyer cette constatation que les compétences en gestion et le savoir-faire en affaires sont des compétences apprises et que la créativité peut se développer. Il est clair également, après évaluation de la littérature pertinente, que de nombreux universitaires et praticiens du monde des affaires s'entendent pour dire qu'un grand nombre des caractéristiques jugées nécessaires à la réussite de l'entrepreneurship peuvent s'enseigner. Si ces constatations sont vraies, alors les compétences et caractéristiques entrepreneuriales peuvent être cultivées de manière efficace par le biais de programmes d'enseignement entrepreneurial bien conçus.

D. COMMENTAIRES SUR LES COMPÉTENCES ET CARACTÉRISTIQUES

Il est clair que nombre des compétences et caractéristiques attribuées aux entrepreneurs qui remportent du succès peuvent s'enseigner. Mais le développement de ces compétences et caractéristiques a-t-il véritablement une influence sur la croissance des entreprises? Selon Baum, Locke et Smith (2001 : 300-301), même si les traits de personnalité attribués à l'entrepreneurship peuvent avoir une incidence sur le succès d'une nouvelle entreprise, ce sont l'efficacité personnelle, la motivation et les compétences en gestion et compétences techniques propres à l'industrie concernée qui ont le plus d'influence sur la croissance des entreprises. Ce qui est intéressant, c'est que ces compétences ont été reconnues et consignées dans une grande partie de la littérature examinée, les plus courantes d'entre elles étant rapportées dans le présent document. Vous trouverez ci-après un résumé des compétences requises pour accroître le succès entrepreneurial :

Connaissances et compétences en affaires :

- compétences fondamentales en affaires (marketing/vente, finances, comptabilité, gestion du travail);
- réflexion stratégique et capacité d'analyse;
- expertise technique;
- identification des possibilités;
- communications (orales et écrites);
- leadership;
- bonnes relations humaines et interpersonnelles;
- négociation et conclusion de marchés;
- prise de décisions;
- fixation d'objectifs;
- planification d'entreprise.

Qualités/caractéristiques personnelles :

- motivation personnelle et désir d'exceller;
- prise de risques/tolérance au risque;
- bon sens;
- valeurs;
- compétitivité/dynamisme;
- persistance/détermination;
- responsabilité;
- confiance en soi;
- indépendance émotionnelle;
- capacité d'adaptation;
- désir d'obtenir des commentaires sur les réussites;
- désir de planifier et de fixer des objectifs pour les réalisations futures;
- grande initiative personnelle;
- forte détermination personnelle à l'égard de l'entreprise;
- désir d'obtenir de l'information et d'apprendre;
- locus de contrôle interne;

- valorisation des carrières où les objectifs personnels, les réalisations individuelles et les exigences du travail proprement dit dominent;
- créativité et innovation.

Il s'agit des compétences et caractéristiques fondamentales, en affaires, les plus souvent mentionnées comme étant nécessaires chez les entrepreneurs. Une fois établi le fait qu'elles peuvent s'enseigner ou se développer, existe-t-il des méthodes qui permettent de développer plus efficacement ces compétences? Thompson et Dass ont constaté que, même si les compétences fondamentales en affaires, les compétences en communication et l'expertise technique peuvent bien s'enseigner par les méthodes universitaires traditionnelles (conférences, études de cas, manuels d'accompagnement, exercices pratiques), ce n'est pas le cas d'autres compétences en affaires comme la réflexion stratégique, la planification d'entreprise, la fixation d'objectifs et la prise de décisions. Avec les caractéristiques personnelles énumérées précédemment, les compétences stratégiques en gestion des affaires sont plus faciles à développer en faisant appel à l'apprentissage expérientiel (Thompson et Dass, 2000 : 37-38).

Selon une étude réalisée par Thompson et Dass (2000), l'apprentissage expérientiel au moyen de simulations, plutôt que le simple recours à des exposés et des cas, permet d'augmenter l'efficacité personnelle et la planification/réflexion stratégique de l'étudiant. Selon Bandura (Thompson et Dass, 2000 : 5), l'efficacité personnelle est la croyance en ses propres capacités d'organiser et d'exécuter les plans d'action à suivre pour en arriver à des réalisations données. Cette définition intègre nombre des caractéristiques indiquées dans la liste de celles qu'on retrouve chez les entrepreneurs qui remportent du succès. Selon Bandura (Thompson et Dass, 2000 : 7), l'efficacité personnelle provient de quatre sources majeures : les expériences majeures, sur le plan sensorimoteur; l'expérience indirecte; la persuasion verbale; et l'éveil émotionnel. La source d'efficacité personnelle qui exerce le plus d'influence est celle des expériences majeures étant donné qu'elles « fournissent les preuves les plus authentiques à savoir si une personne peut réunir tout ce qu'il faut pour réussir. » [TRADUCTION] (*idem*) La deuxième source en importance est celle de l'expérience indirecte. Ces deux méthodes pour développer l'efficacité

personnelle et les compétences stratégiques en gestion des affaires sont celles qu'utilisent le plus souvent les universités qui, selon Vesper, Gartner, Menzies et Gasse, sont celles qui offrent les meilleurs programmes en enseignement entrepreneurial. Dans la section qui suit, le recours à l'apprentissage expérientiel et à des praticiens enseignants, ainsi qu'à des conférenciers invités, sera examiné dans le cadre de la discussion sur les modèles et les pratiques exemplaires.

Les résultats de l'intégration de l'enseignement entrepreneurial dans un programme universitaire peuvent servir les intérêts des deux parties en cause dans le présent projet, soit la création d'entreprises et le développement personnel et universitaire des étudiants. Selon la recherche effectuée pour connaître les répercussions d'un perfectionnement des compétences générales en affaires ainsi que du perfectionnement des compétences stratégiques en gestion des affaires et des caractéristiques attribuées aux entrepreneurs qui remportent du succès, les résultats sont les suivants :

- création de nouvelles entreprises (Baum et coll., 2001 : 300-301);
- croissance des entreprises (*idem*);
- niveau de motivation accru (Thompson et Dass, 2000);
- acharnement à s'attaquer aux tâches difficiles (*idem*);
- meilleur rendement au travail (*idem*);
- accroissement des compétences associées à la maîtrise de soi comme la fixation d'objectifs, l'évaluation des solutions de remplacement, les incitatifs personnels (*idem*);
- plus grande confiance en soi (*idem*).

Une fois notés les principales compétences et caractéristiques que doivent posséder les entrepreneurs, de même que les résultats suggérés du perfectionnement de ces compétences, il faut répondre à une dernière question. Existe-t-il actuellement des programmes d'enseignement entrepreneurial qui concentrent leurs efforts sur le perfectionnement de ces compétences et caractéristiques? Notre examen des manuels utilisés dans l'enseignement entrepreneurial, dans certains cas au niveau universitaire, donne à penser que la réponse est positive. Vous trouverez, dans le tableau qui suit

(Timmons, 1999 : 221), une liste de compétences et caractéristiques et le texte intitulé *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* met surtout l'accent sur le développement de celles-ci.

TABLEAU 4 : ATTITUDES ET COMPORTEMENTS SOUHAITABLES QU'IL EST POSSIBLE D'ACQUÉRIR

Thèmes	Attitude et/ou comportement
Engagement et détermination	Ténacité et esprit de décision Peut s'engager/se désengager rapidement Discipline Persistance à résoudre les problèmes Disposé à faire des sacrifices personnels Immersion totale
Leadership	Individu audacieux Normes élevées (sans être perfectionniste) Travail d'équipe et fabrication de champions Inspire les autres, a des aptitudes en relations humaines Partage sa richesse avec tous ceux qui ont contribué à la créer Personne intègre et fiable capable d'inspirer la confiance Fait preuve d'équité Ne fonctionne pas en solitaire Apprenant et enseignant supérieur à la moyenne Patience et sentiment d'urgence
Obsession des possibilités	A une connaissance intime des besoins des clients Est axé sur le marché Est obsédé par la création et l'amélioration de la valeur
Tolérance face au risque, à l'ambiguïté et à l'incertitude	Prend des risques calculés, minimise les risques, partage les risques Sait gérer les paradoxes et les contradictions Tolérance face au stress, au conflit, à l'incertitude et au manque de structure Capacité de régler des problèmes et d'intégrer des solutions
Créativité, indépendance et capacité d'adaptation	Non conventionnel, ouvert d'esprit, adepte de l'approche indirecte Inquiétude face au statu quo Capacité de s'adapter et de changer et capacité d'apprendre rapidement Ne craint pas l'échec Capacité de conceptualiser et de « se défaire des détails »
Motivation à exceller	Orientation vers les buts et résultats, fixation d'objectifs élevés, mais réalistes Volonté de réussir et de croître, faible besoin de statut et de pouvoir Favorise les relations interpersonnelles (plutôt que concurrentielles) Connaît ses points faibles et ses points forts A de la perspective et le sens de l'humour

Bien que cet exemple soit tiré d'un texte, des exemples semblables faisant état des caractéristiques et compétences souhaitables et qu'il est possible d'acquérir figurent dans

d'autres textes utilisés dans les programmes d'entrepreneurship. Ainsi on peut penser que l'acquisition des jeux de compétences et caractéristiques nécessaires pour réussir dans le domaine de l'entrepreneurship est une importante préoccupation des programmes d'entrepreneurship actuels. Si tel est le cas, selon la recherche, l'introduction de programmes d'entrepreneurship dans un curriculum universitaire peut de fait avoir des résultats positifs, notamment permettre l'acquisition des attitudes et comportements décrits ci-avant.

III. OBSTACLES, INFLUENCES ET PRATIQUES EXEMPLAIRES

La présente section de notre examen de la littérature a pour but de faire ressortir les pratiques exemplaires dans le domaine de la conception et du développement de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique. Avant de pouvoir tenir une discussion sur la conception du modèle, il faut s'attaquer aux composantes de son développement. Nous amorcerons la discussion en traitant des obstacles que posent les programmes d'enseignement universitaires et leurs orientations, sous réserve que l'actuel curriculum n'a pas déjà incorporé l'entrepreneurship. Une fois les problèmes relevés, les différences d'orientation entre le programme d'enseignement entrepreneurial et l'actuel programme seront expliquées en détail. Il sera aussi question de la manière dont ces différences d'orientation influencent le processus et l'utilisation de l'apprentissage. Pour élaborer un programme d'enseignement entrepreneurial, certains obstacles doivent être compris et supprimés. Un examen de ces obstacles, internes et externes, nous permettra de tenir une discussion éclairée sur un modèle complet. Finalement, nous établirons les grandes lignes des méthodes qui interviennent dans l'élaboration d'un programme d'entrepreneurship fructueux, en nous servant de modèles actuels de programmes universitaires efficaces comme repères. Vous trouverez un aperçu de chaque modèle dans les appendices; par souci de commodité, ils sont présentés selon un ordre alphabétique.

Lorsqu'on examine les modèles offerts, il importe d'avoir à l'esprit un certain nombre de questions potentiellement restrictives. Nombre des programmes présentés comme modèles sont des programmes de deuxième cycle qui, dans leur intégralité, sont considérés comme des programmes ayant du succès par les experts dans le domaine de la recherche entrepreneuriale. Comme les composantes individuelles de chaque programme n'ont pas été évaluées pareillement, c'est peut-être que l'efficacité des programmes dépend de l'interaction entre les composantes. Comme la majorité des universités du Canada atlantique offrent des programmes de premier cycle, il n'est pas réaliste d'envisager l'adoption d'un programme de deuxième cycle complet, peu importe ses bons résultats. L'efficacité d'un programme peut être diminuée ou compromise lorsqu'on la réduit aux composantes individuelles qui s'appliquent. L'accès aux ressources financières peut aussi faire obstacle. Les frais exigés pour un certain nombre de ces programmes sont assez élevés. Les frais de scolarité élevés de même que l'accès plus vaste à l'aide du secteur privé permettent à ces écoles de mettre en œuvre certaines des initiatives qui leur procurent du succès, notamment les séances payantes de counselling d'entreprises.

A. ÉNONCÉ DU PROBLÈME

Il est évident, à la lumière d'un certain nombre d'études repérées dans la littérature que la carrière privilégiée par un nombre considérable d'étudiants et de diplômés est celle de propriétaire d'entreprise. Toutefois, de nombreux étudiants et diplômés perçoivent plusieurs obstacles qui nuisent à l'entrepreneurship, notamment le manque d'expérience ou le manque de fonds, et ces obstacles bloquent la voie qui mène à leur choix de prédilection. Le problème lié à cette incohérence réside peut-être dans l'actuel programme de cours en commerce qui, jusqu'à récemment, a presque entièrement mis l'accent sur les besoins des aspirants gestionnaires intermédiaires et fonctionnels plutôt que sur les besoins des aspirants entrepreneurs. [TRADUCTION] (Fleming, 1996 : 97)

James Fell (1999 : 5) prend appui sur Fleming (1996) lorsqu'il décrit les différences d'orientation entre le programme de cours en commerce et le programme entrepreneurial (en caractères gras) au tableau 5.

TABLEAU 5 : DIFFÉRENCE D'ORIENTATION – TRADITIONNELLE (SUR LES AFFAIRES) ET ENTREPRENEURIALE

M.B.A. traditionnel	M.B.A. en développement des entreprises
Méthode basée sur les cours - méthode compartimentée	Approche intégrée – compréhension des répercussions d'une décision à l'échelle des différentes disciplines commerciales.
L'accent est mis sur l'enseignement d'un large éventail de théories commerciales.	L'accent est mis sur l'enseignement des aspects plus pratiques et pertinents de l'administration des affaires.
La totalité du cours se donne par gros blocs de connaissances.	Le programme de la première année est donné par modules selon une approche progressive face à l'apprentissage en suivant les étapes du démarrage, de la croissance et de la revitalisation.
L'accent est mis sur la mémorisation des théories à des fins d'examen et d'affectation.	L'accent est mis sur l'intégration de la connaissance au processus mental en vue d'une utilisation pratique avec des clients réels.
Le but consiste à former des diplômés qui deviendront des gestionnaires intermédiaires d'entreprises dans leur domaine de spécialisation.	Le but consiste à former des diplômés moins préoccupés par un secteur de spécialisation, « mais qui sont plus motivés à devenir des dirigeants créatifs ayant une vaste compréhension de l'administration des affaires ».

Les différences d'orientation représentent des obstacles pour les étudiants en entrepreneurship parce qu'elles ont une incidence sur le type de connaissances et de compétences qu'ils vont acquérir. « Les compétences et connaissances nécessaires pour comprendre les questions relatives au démarrage d'une entreprise semblent différentes des compétences et connaissances nécessaires pour comprendre le fonctionnement courant d'une entité commerciale » [TRADUCTION] (Gartner et Vesper, 1994 : 182). Gibb (1987 : 19) décrit les répercussions de l'orientation sur le processus et l'utilisation de l'apprentissage. L'orientation d'une école de commerce permet d'acquérir un jugement critique après avoir analysé de grandes quantités d'information tandis que les entrepreneurs ont besoin qu'on leur enseigne à prendre des décisions par « intuition » avec peu d'information. (Gibb, 1987)

Selon Gibb (1987), il faut enseigner aux entrepreneurs à comprendre les valeurs de ceux qui transmettent et filtrent l'information plutôt qu'à comprendre l'information proprement dite et à s'en rappeler; à reconnaître les divers objectifs des autres plutôt qu'à faire fi de l'existence d'objectifs. Les entrepreneurs doivent prendre des décisions sur la base de leur jugement ainsi que de la confiance et de la compétence d'autres personnes plutôt que de chercher (de manière impersonnelle) à attester l'absolue vérité en étudiant l'information. Les entrepreneurs doivent chercher à mettre en application et à adapter concrètement les principes fondamentaux de la société plutôt qu'à comprendre les principes fondamentaux de la société dans un sens métaphysique. Ils doivent trouver la solution la plus convenable à appliquer sous la pression plutôt que de simplement chercher la bonne réponse, en disposant du temps nécessaire pour le faire. Le style d'apprentissage le plus efficace, pour ces compétences, est de nature expérientielle, le fait d'apprendre en faisant quelque chose plutôt que par la méthode magistrale (*idem*).

Les entrepreneurs doivent pouvoir glaner et évaluer personnellement l'information en provenance de toutes sources. Fell affirme qu'en général, les écoles de commerce enseignent aux gens à glaner l'information en provenance d'experts et de sources faisant autorité, en négligeant souvent l'importance de l'expérience personnelle et pratique. Les entrepreneurs sont soumis au jugement des gens et des événements par le biais de commentaires directs sur leur rendement et sur les résultats véritables. Les étudiants en commerce de niveau universitaire sont généralement évalués d'après leur capacité d'expliquer ce qu'ils ont appris plutôt que par le résultat d'une application pratique ou d'une démonstration des compétences qu'ils ont acquises. De même, les entrepreneurs remportent du succès en apprenant par le règlement de problèmes et par les échecs tandis que les élèves d'une école de commerce mesurent le succès d'apprentissage par des examens de connaissances (*idem*).

B. INFLUENCES

Les raisons qui font que certains s'opposent à l'entrepreneurship sont les mêmes raisons qui en incitent d'autres à faire ce choix; elles sont toutes reliées à des influences externes. Les personnes qui s'opposent à l'entrepreneurship n'ont pas été incitées à développer des

idées et des ambitions au cours des diverses étapes de leur vie. Gibb (1987 : 13) identifie cinq grandes étapes où cette influence peut se manifester. Les étapes qu'il mentionne sont l'enfance, l'adolescence, le début de la vie adulte, le milieu de la vie adulte et la vie adulte avancée.

Au cours de l'enfance, selon Gibb (1987 : 13), l'une des façons d'influencer est celle de la mobilité parentale et sociale. Autre influence, à cette étape, celle de la situation professionnelle des parents et de la famille élargie. La dernière méthode d'influence, à cette étape toujours, est celle des valeurs familiales et des objectifs de vie des parents et de la famille élargie.

À l'adolescence, Gibb (1987 : 13) fait état de cinq modes d'influence. L'un d'eux est l'influence qu'ont les parents et la famille élargie sur le choix éducatif. Un autre est l'influence que les parents et la famille élargie a sur la profession privilégiée, ce qui a un lien avec le troisième mode d'influence, les choix de formation professionnelle disponibles. La quatrième influence dépend du fait que l'éducation est un mode de transmission des valeurs et des buts, et la dernière influence est celle des amitiés et des liens communautaires.

Au début de la vie adulte, il existe, selon Gibb (1987 : 13), cinq modes d'influence. L'un d'eux est la présence ou le choix d'une éducation et d'une formation complémentaires. Ensuite, il y a le classement d'une personne dans son groupe, puis les liens qu'elle a avec la collectivité et les amis. Et il y a l'influence familiale résiduelle et enfin, dernière influence, la nature du travail.

En ce qui concerne le milieu de l'âge adulte, Gibb (1987 : 13) décrit six modes d'influence externe. Ce sont la mobilité professionnelle et sociale; la nature du travail; les relations de travail; sa propre famille et ses amitiés; les systèmes de récompenses et la satisfaction au travail; et, finalement, les interactions avec l'environnement, au travail comme en société.

Pendant la dernière étape dont fait état Gibb (1987 : 13), soit l'âge adulte avancé, les influences externes se manifestent de six manières. D'abord, il y a la classe sociale et le niveau de revenus atteints. Ensuite, la situation de sa propre famille, les liens communautaires, les occasions de travaux supplémentaires, la satisfaction au travail et finalement, les pensions et possibilités de retraite anticipée.

Jackson et Rodkey (1994 : 358-360) sont d'accord avec l'argument de Gibb (1987) selon lequel les influences externes ont des répercussions sur l'entrepreneurship.

Les attitudes entrepreneuriales au sein d'une population peuvent être un important indicateur du bassin d'entrepreneurs potentiels dont on dispose. Les régions qui comptent une proportion plus élevée de personnes qui sont disposées à prendre des risques financiers ou qui sont d'avis qu'il pourrait être facile de lancer une entreprise fructueuse peuvent afficher des taux plus élevés de création d'entreprises simplement parce que la région regroupe davantage de personnes susceptibles de démarrer une entreprise. Toutefois, les attitudes favorables à l'entrepreneurship sont moins fréquentes chez les populations qui vivent dans des régions dominées par les grandes organisations. [TRADUCTION] (*idem*)

Gibb (1987) développe un peu cette idée en énumérant les composantes qui donnent naissance à une culture d'entreprise. La culture d'entreprise a cinq composantes :

- images positives d'entreprises autonomes couronnées de succès;
- « possibilité de mettre en pratique les qualités entrepreneuriales, renforcée par la culture de société au cours des années de formation » [TRADUCTION] (Gibb, 1987 : 14);
- disponibilité de connaissances, officieuses ou officielles, sur le processus de gestion d'une entreprise indépendante;
- réseau de contacts d'affaires/familiaux qui fournit des occasions d'entrer sur le marché et de se familiariser avec lui;
- familiarisation avec les tâches associées aux petites entreprises, pendant sa jeunesse.

Lipper (1987) convient avec Gibb (1987) que les universités devraient travailler de concert avec les écoles secondaires et les collèges à la promotion du développement de l'entrepreneurship au cours des étapes de formation. Lipper (1987 : 215-218) soutient que plutôt que d'introduire la réflexion analytique et la pensée critique au niveau universitaire, ces compétences devraient être enseignées immédiatement aux enfants, dès qu'ils entrent dans le système scolaire. Ce changement favoriserait la pensée novatrice et le règlement de problèmes; ainsi, il se créerait une atmosphère de pensée entrepreneuriale et on produirait des entrepreneurs. Cette impression est renforcée par Hatten et Ruhland (1995 : 224-227) qui affirment qu'en identifiant les entrepreneurs potentiels et en leur offrant du soutien tout au long du processus éducatif, on produirait des entrepreneurs plus susceptibles de réussir. C'est ce qu'ils ont fait avec le Small Business Institute (SBI) qui est une entente de collaboration entre les collèges et universités et les petites entreprises.

L'objectif global du SBI consiste à enseigner une méthode pratique aux étudiants par l'entremise du counselling de petites entreprises et de contacts directs avec la clientèle de petites entreprises. Une étude a été réalisée pour déterminer si les caractéristiques et attitudes entrepreneuriales des étudiants de niveau collégial comme le besoin de réussir, l'innovation, le locus de contrôle et l'estime de soi ont changé après une participation au SBI. D'après les résultats, la différence notée chez les étudiants a été considérable.

L'étude a permis de constater des changements d'attitude dans la relation entre les étudiants et l'entrepreneurship. Ceux qui ont un locus de contrôle interne vont développer une attitude plus positive envers l'entrepreneurship après une participation au programme SBI que ceux qui possèdent un locus de contrôle externe. L'âge des étudiants est un facteur contributif en ce qui concerne l'attitude face à l'entrepreneurship. Le programme SBI a exercé une influence plus forte sur les étudiants du début de la vingtaine, en produisant un changement positif de leur attitude. En dépit de ces arguments, l'enseignement entrepreneurial est surtout dispensé au niveau postsecondaire.

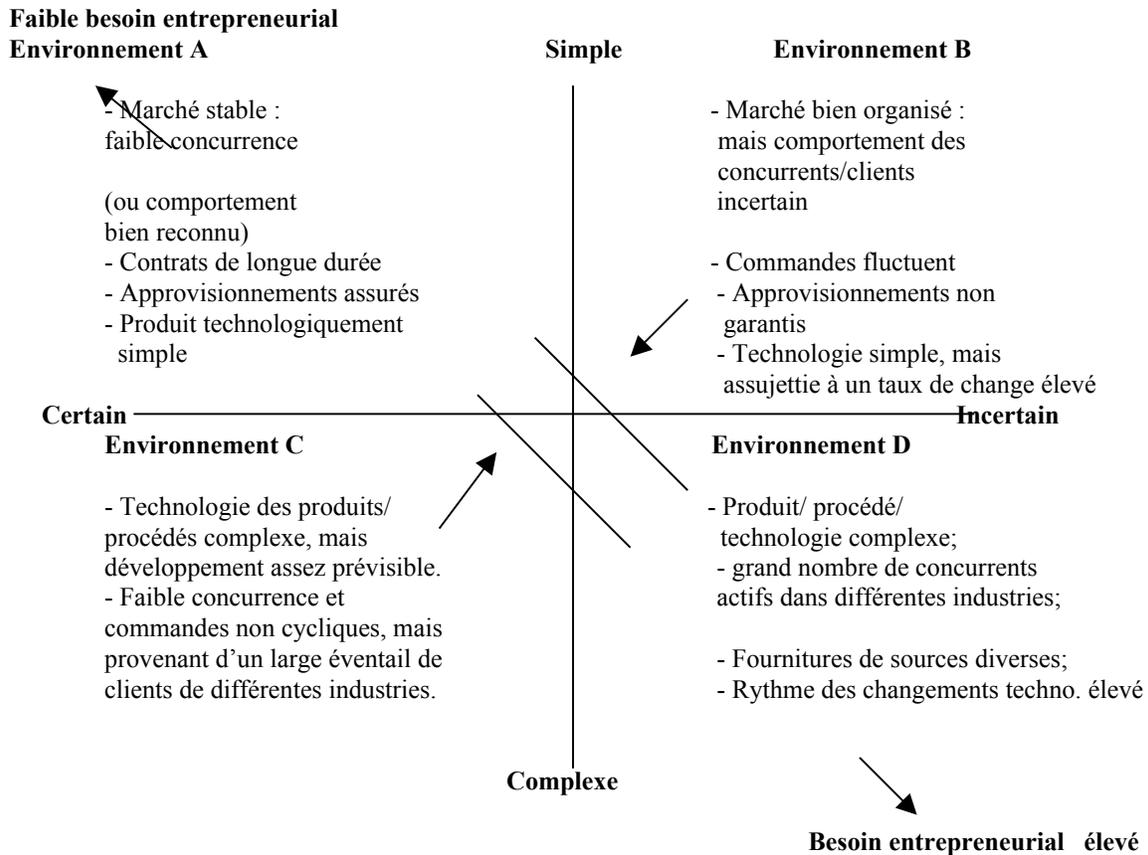
L'adoption de l'enseignement entrepreneurial au niveau postsecondaire est influencée par la présence de facteurs relatifs au marché et à l'environnement, ce qui, à terme, détermine la nature de la réponse entrepreneuriale. Selon l'environnement, le besoin entrepreneurial

peut être élevé ou faible. Par besoin entrepreneurial, on entend la demande de personnes ayant les qualités et la façon de penser propres à un entrepreneur, lesquelles sont des produits de l'environnement. Là où le besoin entrepreneurial est faible, le choix d'incorporer, ou non, des modèles d'enseignement entrepreneurial se pose. À l'opposé, si le besoin est fort, un tel programme devient une nécessité.

Gibb (1987 : 9) décrit quatre environnements qui influencent la nature de la réponse entrepreneuriale, à la figure 3. L'environnement A s'accompagne d'un besoin entrepreneurial certain et faible. Dans cet environnement, le marché est stable, ce qui signifie que la compétition est faible (comportement reconnu), les contrats sont de longue durée, les approvisionnements sont assurés et les produits sont simples, sur le plan technologique. L'environnement B s'accompagne d'un besoin entrepreneurial incertain et faible. Dans cet environnement, le marché est bien organisé, mais le comportement du concurrent/client est incertain et les commandes fluctuent; les approvisionnements ne sont pas garantis et la technologie est assujettie à un taux de change élevé.

L'environnement C a un besoin entrepreneurial certain et élevé. Dans cet environnement, la technologie des produits/procédés est complexe, mais le développement est assez pratique et la concurrence moyenne; les commandes non cycliques viennent d'un large éventail de clients dans différentes industries. Finalement, l'environnement D a un besoin entrepreneurial élevé et incertain. Dans cet environnement, la technologie et les produits et procédés sont complexes; de plus, le nombre de concurrents actifs dans les différentes industries est élevé, les fournitures proviennent de diverses sources et le rythme des changements technologiques est élevé. (*idem*)

FIGURE 3 : FACTEURS RELATIFS AU MARCHÉ ET À L'ENVIRONNEMENT QUI INFLUENCENT LA NATURE DE LA RÉPONSE ENTREPRENEURIALE



(Gibb, 1987 : 9)

Bien que certains marchés soient stables, de façon générale les marchés du Canada atlantique sont tels que décrits dans l'Environnement B. Les marchés sont généralement bien organisés, mais le comportement de la concurrence et des clients est incertain. Les commandes fluctuent couramment; les approvisionnements ne sont souvent pas garantis et la technologie est en général simple, mais assujettie à un taux de change élevé. En général, les facteurs relatifs au marché et à l'environnement présents au Canada atlantique sont également semblables à ceux qui sont décrits dans l'Environnement D. Des produits, procédés et technologies complexes se heurtent à une concurrence intense et large et les approvisionnements proviennent souvent de nombreuses sources. Compte tenu de la combinaison de l'Environnement B et de l'Environnement D, on peut penser qu'il existe un besoin entrepreneurial élevé dans la région du Canada atlantique.

C. COMMENTAIRES SUR LES INFLUENCES

Il semble, d'après la littérature examinée, qu'il existe un besoin entrepreneurial élevé dans la région du Canada atlantique. Comme en témoigne la discussion sur les modèles, dans la prochaine section, un certain travail a déjà été fait dans la région. Pour que ce travail puisse se poursuivre et s'étendre, les éducateurs doivent examiner les facteurs qui influencent le développement de l'entrepreneurship chez les gens, tel qu'expliqué dans la présente section. Si les éducateurs ne tiennent pas compte des facteurs qui influencent l'entrepreneurship, alors cela « laisse entrevoir une entrave possible à la socialisation et à la formation d'entrepreneurs potentiels et de futurs travailleurs dans des entreprises nouvelles et plus risquées. » [TRADUCTION] (Jackson et Rodkey, 1995 : 365)

La recherche effectuée par Lipper (1987), Hatten et Ruhland (1995), ainsi que Gibb (1987) donne à penser que l'examen, par l'université, des influences externes et internes a des répercussions directes sur l'adoption - plus ou moins réussie - du programme d'entrepreneurship. Manifestement, l'évaluation des facteurs internes et externes est essentielle à la mise au point d'un programme d'entrepreneurship qui produit de bons résultats. Vesper et Gartner (1997 : 405-407) affirment qu'il est tout aussi important d'évaluer le niveau des programmes d'entrepreneurship utilisés pour répondre au besoin entrepreneurial. Ils offrent des repères pour l'évaluation des programmes au moyen de quatre grands critères : 1) les titres de compétences du corps professoral; 2) la variété et la profondeur du curriculum d'enseignement entrepreneurial; 3) les normes de l'université et les notes des étudiants, et 4) la qualité et les compétences des ressources (*idem*). Au moment de sélectionner un modèle qui correspond au besoin entrepreneurial, dans une université en particulier, si on considère qu'il est déraisonnable ou irréaliste d'adopter tout un programme, ces critères peuvent tout aussi bien permettre d'évaluer et de sélectionner les composantes optimales d'un programme entrepreneurial particulier.

CONCLUSION

Une activité entrepreneuriale consiste en la conceptualisation et la mise en œuvre d'un concept, d'une idée, d'un procédé, d'un produit, d'une entreprise ou d'un service nouveaux. L'agent entrepreneurial est l'individu ou le groupe qui prend la responsabilité personnelle de mettre à exécution cette activité. [TRADUCTION] (Morris et Jones, 1999 : 73)

Agissant comme agent entrepreneurial, notre équipe de recherche a réalisé la première étape en mettant à exécution une activité entrepreneuriale, soit la conceptualisation et la mise en œuvre de l'enseignement entrepreneurial dans les universités du Canada atlantique. L'examen et le synopsis de la recherche universitaire et de la littérature sur les points suivants sont terminés :

- la définition d'un entrepreneur;
- les compétences et caractéristiques/traits de personnalité attribués aux entrepreneurs;
- les influences internes et externes susceptibles d'avoir des répercussions sur la mise en œuvre et le succès des programmes d'enseignement entrepreneurial au niveau universitaire;
- des modèles d'enseignement entrepreneurial.

I. DÉFINITION

Selon Theresa Menzies et Yvon Gasse (1999 : 4) « le débat qui entoure le terme entrepreneurship est bien documenté et on peut considérer qu'il est aussi enthousiasmant que l'esprit d'entrepreneurship proprement dit. » [TRADUCTION] Les définitions nombreuses et variées qui figurent dans le synopsis attestent de la validité de son affirmation. Malheureusement, alors que Menzies et Gasse (1999 : 4) donnent à entendre que la diversité d'une définition est courante aux premières étapes de toute discipline, nous n'avons pas le loisir de résoudre ce problème. Pour pouvoir passer de l'étape du lancement de notre projet à celle de la conception et de l'élaboration, nos idées doivent se structurer davantage (Russell, 1999 : 71). En ayant cette idée bien à l'esprit, il est nécessaire qu'une définition claire et inclusive de l'entrepreneurship soit établie aux fins de la présente étude.

La définition provisoire¹ que nous avons utilisée pour lancer le projet englobe nombre des facettes incluses dans tout un éventail de définitions génériques de l'entrepreneurship. Toutefois, la recherche indique que les enseignants universitaires résistent à l'incorporation de programmes d'entrepreneurship. Bill Graham, président de l'association des professeurs de l'Université de Toronto, exprime les points de vue de nombre de ses collègues. « Le gouvernement et les entreprises veulent que nous soyons tous des entrepreneurs, mais le travail d'un entrepreneur consiste à mettre au point et à vendre un produit, non à chercher la vérité. Si on convertit les savants en entrepreneurs, on sape les fondements mêmes de l'éducation postsecondaire. » [TRADUCTION] (Desruisseaux, 1999 : 60) Pour répondre à cette préoccupation, nous recommandons que la définition comprenne une référence à l'affirmation de Reid (2000 : 8) selon laquelle le développement d'entrepreneurs sociaux contribuerait grandement à améliorer l'état actuel des soins de santé, de l'éducation et des systèmes d'aide sociale.

L'idée que se fait Reid d'un entrepreneur social est celle d'une personne qui a de l'imagination, du dynamisme, de la souplesse, qui est dotée des compétences requises et qui est disposée à prendre des risques qui ne sont pas nécessairement axés sur le marché (2000 : 8). Emerson et Twersky (1996 : 2) développent un peu cette idée en disant que « les entrepreneurs sociaux ont leurs racines dans le service et le développement communautaire. Ce sont ces antécédents d'engagement face à la justice sociale et au renforcement du pouvoir économique qui alimentent leur passion pour la création d'entreprises commerciales à vocation sociale. » [TRADUCTION] En incorporant ces aspects de l'entrepreneurship dans la définition proposée pour notre projet, on pourrait diminuer la réticence face à l'intégration de l'enseignement de l'entrepreneurship.

¹ Définition provisoire : la combinaison de compétences, d'aptitudes et d'attitudes que possèdent des individus et qui génère des idées nouvelles, des innovations et de nouvelles entreprises.

II. CARACTÉRISTIQUES ET COMPÉTENCES

En définissant l'entrepreneur au moyen d'un ensemble de qualités et la petite entreprise au moyen d'un ensemble de tâches, il est possible d'explorer la relation entre les deux et de clarifier leur interdépendance tout en établissant une distinction entre les deux. [TRADUCTION] (Gibb, 1987 : 35)

Stevenson et Grumpert affirment qu'on devrait rejeter la notion que l'entrepreneurship est un tout indissociable et que certaines personnes l'ont et d'autres pas (Solomon et Winslow, 1988 : 165). Cette affirmation est corroborée par la catégorisation diversifiée des différents types d'entrepreneurs en fonction des caractéristiques particulières qu'ils manifestent. Bien que les universitaires et les praticiens ne s'entendent pas sur les traits de personnalité propres aux entrepreneurs, on constate de plus en plus que la combinaison de certains traits peut faire augmenter les attentes face au succès entrepreneurial.

Nombre de ces traits de personnalité se retrouvent chez le type « Battant » de Miner (1997 : 22-31) :

- motivation personnelle – personnalité de type A;
- beaucoup d'initiative personnelle;
- locus de contrôle interne;
- forte détermination personnelle à réussir l'entreprise;
- sens aigu de la responsabilité et de la responsabilisation;
- orientation vers la réussite;
- désir d'obtenir des commentaires sur les réalisations;
- désir de planifier et de fixer des objectifs pour les réalisations futures;
- désir d'obtenir de l'information et d'apprendre;
- valorisation des carrières où les objectifs personnels, les réalisations individuelles et les exigences du travail proprement dit dominant.

Ajoutez à ces caractéristiques la prise de risques, le bon sens et de solides valeurs personnelles et vous avez tous les ingrédients nécessaires pour qu'un entrepreneur réussisse. D'après l'expérience de chercheurs et d'entrepreneurs qui réussissent, nombre

de ces traits de personnalité peuvent très bien s'enseigner et d'autres peuvent se développer par l'apprentissage expérientiel (Miner, 2001; Hood et Young, 1993 : 131). Si ces caractéristiques peuvent s'enseigner et s'améliorer grâce à la mise en œuvre de l'enseignement entrepreneurial, l'augmentation de la motivation personnelle et de l'initiative qui s'ensuit, jumelée à une détermination accrue à atteindre des objectifs, peut avoir un effet secondaire positif sur le corps professoral de niveau universitaire. Les penseurs de type entrepreneurial peuvent de fait devenir des étudiants plus efficaces et plus consciencieux.

Si ce sont les universitaires qui croient que les caractéristiques entrepreneuriales sont innées et apprises qui ont raison, alors la mise sur pied de programmes d'enseignement entrepreneurial sera tout de même profitable dans le cas des personnes qui ont un haut niveau de créativité et d'innovation, mais une connaissance très limitée des affaires et de la création d'entreprises, ainsi que des compétences très limitées dans ce domaine (Timmons, 1989 : 21). En l'absence de solides compétences en affaires et en gestion et d'une bonne compréhension de la création d'entreprises, un entrepreneur en herbe restera vraisemblablement incapable de convertir ses idées créatives en entreprises fructueuses. Plutôt que de devenir un entrepreneur qui remporte du succès, selon Timmons (1989 : 21), il restera sans doute un inventeur ou un promoteur.

Reid explique (2000 : 8) que les systèmes de santé, d'éducation et d'aide sociale sont aux prises avec des problèmes de taille et que les réductions de financement sont l'un des principaux points en litige. Il faut que les organisations sans but lucratif changent radicalement leur façon de penser, surtout celles qui dépendaient principalement de l'aide gouvernementale. Malheureusement, le jeu de compétences de la plupart des gestionnaires d'organisations sans but lucratif ne correspond pas exactement aux compétences nécessaires pour exploiter une entreprise [rentable] (Emerson et Twersky, 1996 : 334). Même si nombre d'entre eux sont capables de trouver des occasions de faire évoluer leurs clients et leurs organisations, souvent ils ne voient pas au-delà de l'argent des subventions et des dons de bienfaisance pour soutenir leurs initiatives (*idem*). Cette

mentalité peut faire obstacle aux possibilités de mise en œuvre réussie des programmes de nombreuses entreprises sans but lucratif.

La santé est l'un des secteurs où le perfectionnement des compétences en entrepreneurship dans un contexte éducatif fait une différence. Par exemple, dans la profession des soins infirmiers, de nombreuses infirmières traversent les frontières de la pratique traditionnelle (Simpson, 1997 : 24). À la Capstone School of Nursing de l'University of Alabama, on va dans le sens de cette tendance vers l'entrepreneurship et/ou l'intrapreneuriat en offrant une formation pratique en création et exploitation de cliniques gérées par des infirmières à l'intérieur de l'école de sciences infirmières et des hôpitaux locaux (Simpson, 1997 : 25). Ce type d'initiative peut être tout aussi efficace dans le cas des étudiants en médecine, en dentisterie, en psychologie et en psychiatrie afin de les préparer à faire une transition plus douce et efficace vers la pratique privée.

Les étudiants de plusieurs disciplines peuvent profiter d'un enseignement entrepreneurial. Bien que certains individus aient davantage l'esprit d'entreprise que d'autres, tous peuvent profiter d'un enseignement entrepreneurial. Par exemple, de nombreux étudiants en sociologie se sentent attirés par le service social et travaillent dans des organismes sans but lucratif. Il peut être profitable pour les élèves d'offrir des cours en entrepreneurship conçus précisément pour développer les compétences et caractéristiques nécessaires pour « cerner un besoin, imaginer une réponse efficace à ce besoin et exécuter un plan pour répondre à ce besoin » [TRADUCTION] (Simpson, 1997 : 24); ces cours peuvent accroître le potentiel de succès des entreprises/organisations qu'ils mettent sur pied ou auxquelles ils participent (Timmons, 1989; Hood et Young, 1993 : 131). D'après une étude longitudinale réalisée par Fleming (1996 : 116), une sensibilisation au processus d'entrepreneurship, jumelée à un transfert de connaissances sur la création d'entreprises dans le cadre d'études supérieures peut de fait favoriser le développement des traits de personnalité propres à l'entrepreneurship chez les étudiants.

III. OBSTACLES, INFLUENCES ET PRATIQUES

EXEMPLAIRES

On ne peut échapper au fait qu'on ne sort pas les gens de la pauvreté. Essentiellement, pour sortir de la pauvreté, c'est une question d'emploi, d'accumulation de biens et de création de richesse. Le temps est venu de souscrire plus largement aux nouveaux paradigmes des efforts de nos collectivités en matière de développement économique, de création d'emploi et d'accès aux marchés, et aux méthodes s'y rapportant. [TRADUCTION] (Emerson et Twersky, 1996 : 3).

Selon un récent rapport sur l'entrepreneurship dans les universités canadiennes, on considère que l'entrepreneurship est généralement considéré comme un phénomène positif (Menzies et Gasse, 1999 : 6). Cette affirmation vient atténuer les préoccupations soulevées par la littérature examinée, en ce qui concerne les influences internes et externes et la culture universitaire. Manifestement, on se heurte à un certain nombre d'obstacles à la prestation de l'enseignement entrepreneurial dans la culture universitaire. Bien que de nombreux obstacles aient été mis en évidence dans le synopsis, l'un des facteurs clés est celui de la réticence du corps professoral.

De nombreux professeurs canadiens se méfient de cette tendance à « l'entrepreneurialisation » des universités. Ils ont déjà constaté une hausse du pouvoir des entreprises sur les campus attribuable à la tendance à lier la recherche gouvernementale aux besoins de l'industrie. « Les responsables du corps professoral disent que de nombreux universitaires sont contraints de délaissier la recherche fondamentale au profit de la recherche appliquée et d'abandonner l'érudition au profit de l'entrepreneurship. (Ils prétendent que) ces faits nouveaux menacent la liberté dont bénéficient les savants aussi bien que l'intégrité des universités. » [TRADUCTION] (Desruisseaux, 1999 : 59)

Bien qu'il s'en trouve pour trouver cela de mauvais goût, la présence de plus en plus grande d'intérêts commerciaux sur le campus devient une réalité pour les universités du monde entier. Assurément, il faut faire preuve de prudence en autorisant cette présence,

mais la nature changeante des services éducatifs et le peu de financement disponible, surtout dans les universités canadiennes, font qu'il est nécessaire d'aller chercher le soutien et les commandites des entreprises pour de nombreux programmes universitaires. Cette pression pour accéder au financement du secteur commercial est exacerbée par la forte compétition mondiale pour attirer les étudiants. Les données démographiques ont changé et les populations d'étudiants chutent. Ces changements créent des conditions de turbulence dans les universités, et certaines d'entre elles luttent pour pouvoir continuer à offrir leurs programmes. Même si on dispose de preuves de plus en plus nombreuses que dans de telles conditions, adopter une orientation entrepreneuriale peut avoir une incidence positive sur le rendement organisationnel (Emerson et Twersky, 1996 : 337), nombre de membres du corps professoral et d'universités n'aiment pas voir leur autonomie usurpée.

L'un des facteurs clés à considérer pour faire accepter la mise en œuvre de l'enseignement entrepreneurial consiste à adopter la démarche « WIIFM » (What's In It For Me? ou Qu'est-ce que cela me rapporte?) face aux doyens et membres du corps professoral des universités. Bill Graham, président de l'association des professeurs de l'Université de Toronto ne croit pas que l'enseignement universitaire ait pour but de former des entrepreneurs, et pourtant il reconnaît que « compte tenu des baisses de financement des universités, les établissements ont besoin de l'aide du secteur privé. » [TRADUCTION] (Desruiseaux, 1999 : 61) Bien que de nombreux professeurs n'aiment pas le fait que cela puisse nécessiter l'inclusion de l'enseignement entrepreneurial et la recherche appliquée dans les programmes universitaires, Graham estime qu'on peut rendre ce fait plus acceptable aux professeurs. Il prétend qu'en veillant à ce que l'ouverture, la transparence et la responsabilisation fassent partie de ces nouvelles initiatives, pour assurer le maintien de l'intégrité universitaire, il sera plus facile d'obtenir leur soutien.

À la **Swinburne University of Technology**, en Australie, l'intégrité universitaire du programme d'entrepreneurship est attestée, en partie, par le fait qu'approximativement 10 % des diplômés du programme de maîtrise ont poursuivi leurs études et se sont

inscrits à des programmes de Ph.D. (McMullan et Gillan, 1998 : 9). Bien qu'on puisse en retirer une certaine assurance que l'intégrité universitaire peut être assurée au sein des programmes d'entrepreneurship, la question de l'intégrité du domaine demeure. « Il ne semble pas y avoir d'harmonie entre l'entrepreneurship et l'éthique. Comment peut-on s'attendre à ce que des entrepreneurs, qui souhaitent se lancer énergiquement dans une entreprise économique, étudient la philosophie morale et consacrent du temps à réfléchir à leur éthique collective? » [TRADUCTION] (Fain, 1987 : 76) L'entrepreneurship se pratique depuis des siècles et pourtant aucun code d'éthique n'a été élaboré pour guider ses praticiens (*idem*). Si on inclut l'étude de l'éthique en entrepreneurship, il va falloir que les étudiants fassent l'effort intellectuel de penser, de réfléchir et de se comporter en toute dignité. (Fain, 1987 : 77)

Même si certains universitaires et membres du corps professoral résistent à cette tendance vers l'enseignement entrepreneurial, les étudiants le demandent. « La forte demande d'étudiants ayant suivi un enseignement entrepreneurial que formulent les entreprises et l'intérêt considérable que les étudiants du domaine de la gestion comme des autres domaines portent à l'étude de l'entrepreneurship ne peuvent être ignorés. »

[TRADUCTION] (Dunn et Short, 2001 : 8) Près de 70 % des étudiants du secondaire expriment un intérêt à l'égard de la création d'entreprises (Gallup, 1994) et plus de 96 % des entrepreneurs/dirigeants et des étudiants croient que l'étude de l'entrepreneurship au niveau universitaire serait avantageuse.

Comme il a été mentionné précédemment, l'intérêt ne se limite pas aux personnes qui étudient dans le secteur des affaires, et ils ne sont pas non plus les seuls à qui un enseignement entrepreneurial profiterait. L'intérêt accru à l'égard de l'entrepreneurship s'étend à de nombreuses disciplines. Les étudiants en génie, en éducation physique, en médecine/soins infirmiers et en beaux-arts peuvent aussi profiter d'une formation entrepreneuriale. De nombreux danseurs obtiennent des diplômes de leurs programmes et se retrouvent devant peu de possibilités à exploiter. « Ils seront nombreux à devoir devenir des entrepreneurs. Ils vont devoir appliquer leur formation de manière novatrice, établir de nouvelles relations hors de la collectivité de la danse et organiser par eux-

mêmes des débouchés professionnels. » [TRADUCTION] (Minton, 1987 : 74) Les cheminements de carrière et les entreprises découlant des différentes disciplines sont nombreux et variés; il se peut donc qu'on doive concevoir des programmes ou sélectionner des cours bien adaptés à cette discipline. Pour y arriver, il faut examiner attentivement les cours et programmes d'entrepreneurship qui conviennent au champ d'études en question, tout particulièrement ceux qui ont produit de bons résultats.

L'une des mesures du succès des programmes éducatifs est l'application de la connaissance acquise aux initiatives que lancent les diplômés. Les programmes d'entrepreneurship ne sont pas différents. Dans ce domaine, plutôt que de calculer le nombre d'avocats, de médecins, de sociologues, de rédacteurs ou de candidats au Ph.D. qui obtiennent un diplôme, l'une des mesures du succès est le taux de création d'entreprises que réalisent les diplômés. Deux universités qui offrent un enseignement entrepreneurial ont été étudiées et mesurées de cette façon.

En 1993, l'**Université de Calgary** a converti son programme traditionnel de M.B.A. en un M.B.A. en développement d'entreprises. Auparavant, l'université offrait des cours en entrepreneurship dans le cadre du programme de maîtrise. Dans le programme traditionnel, le taux de création d'entreprises (c.-à-d. le taux de diplômés qui ont lancé des entreprises) était de 14 pour 100, soit à peu près le même qu'au sein de la population canadienne en général. Une fois terminée la mise en œuvre de l'ensemble du programme, ce taux est passé à 38 pour 100 (McMullan et Gough, 1999). Un phénomène semblable a été constaté suite au lancement d'un nouveau programme à la **Swinburne University of Technology**, à Melbourne (Australie) où 87 pour 100 des diplômés ont entrepris une activité à caractère entrepreneurial. [TRADUCTION]

(Leach et Mortley, 2000 : 9)

Les universités qui adoptent une approche proactive et intègrent des cours d'entrepreneurship adaptés à leur programme pour répondre à la demande/au besoin exprimé (Dunn et Short, 2001 : 8; Gallup, 1994) peuvent en tirer profit grâce à une augmentation des inscriptions. Ce fut le cas de la **Swinburne University of Technology** et de l'**Université de Calgary**. Le nombre de diplômés du programme de l'Université Swinburne est passé d'une moyenne de 18 par année entre 1988 et 1992 à une moyenne de 32 par année, de 1993 à 1998 (McMullan et Gillan, 1998 : 10). Selon le service des

admissions, depuis l'adoption du programme de M.B.A. à l'Université de Calgary, en 1987, la majorité des étudiants qui ont présenté une demande depuis l'extérieur de la localité étaient intéressés par l'enseignement entrepreneurial (McMullan et Gough, 1999 : 7). Depuis l'adoption du M.B.A. en entrepreneurship, en 1993, les inscriptions au programme ont doublé, passant de 34 à 68 en 1997 (McMullan et Gough, 1999 : 15). Les inscriptions ont doublé, même en l'absence des 300 000 \$ d'aide financière offerts aux étudiants du M.B.A. jusqu'en 1993. En outre, une étude inédite portant sur trois programmes de M.B.A. canadiens et quatre programmes européens a permis de constater que 33 % des étudiants sondés auraient préféré une concentration en entrepreneurship; certains ont même indiqué qu'ils traverseraient des continents pour obtenir une telle formation (McMullan et Gough, 1999 : 7).

Compte tenu de l'intérêt plus marqué manifesté par les étudiants, de l'étendue plus vaste des marchés d'où proviennent ces étudiants et de la hausse d'inscriptions documentée à l'**Université de Calgary**, la direction des universités devrait être encouragée à opter pour l'intégration de cours et de programmes en entrepreneurship. Ces mêmes questions pourraient avoir peu d'incidence sur la résistance du corps professoral car cette dernière est davantage liée à l'intégrité universitaire. Pour venir à bout d'une telle résistance, il va falloir déployer un effort ciblé et concentré tout au long du déroulement de notre projet. Selon Menzies et Gasse (1999 : 24), en l'absence de soutien de la part du département universitaire ou du corps professoral, ou du moins d'un champion de l'enseignement entrepreneurial, il sera difficile de mettre sur pied un programme solide et bien étayé. Une fois le soutien et l'engagement de l'administration universitaire et de son corps professoral obtenus, la sélection d'un modèle adapté à la région de l'Atlantique pourra sérieusement commencer.

BIBLIOGRAPHIE

- BAUM, Robert J., Edwin A. LOCKE and Ken G. SMITH. "A multidimensional model of venture growth". In *Academy of Management Journal*, vol. 4, no. 2, 2001. p. 292-303.
- BYGRAVE, William and Maria MINNITI. "The social dynamics of entrepreneurship". In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24, no. 3, 2000, p. 25-36.
- CLAYTON, Graham. "Entrepreneurial Education at the Post-secondary Level. Prepared for "*Entrepreneurship and Small Business: Emerging Trends on the Canadian Scene*" International Council for Small Business-Canada 6th Annual Conference Windsor, Ontario, 1989.
- DESRUISSEAU, P. "Canadian professors decry power of companies in campus research." In *The Chronicle for Higher Education*, vol. 46, no. 12, 1999, p. 59-61.
- DUNN, Paul and Larry SHORT. "An Entrepreneurship Major?" University of Louisiana at Monroe, www.sbaer.uca.edu/Docs/2001asbe/27asbe01.htm, 2001.
- DUNN, John. "Entrepreneurial Planning: Tufts University." In *New Directions for Institutional Research*, vol. 65, 1990, p. 23-37.
- EDE, Fred O., Bhagaban PANIGRAHI and Stephen E CALCICH. "African American Student's Attitudes towards Entrepreneurship Education." In *Journal of Education for Business*, vol. 73, no. 5, 1998, p. 291-296.
- EEKELS, J. 1987. "Guidelines for Engineering Teachers Concerning Educating the Engineer for Innovative and Entrepreneurial Activity." In *European Journal of Engineering Education*, vol. 12, no. 3, 1987, p. 259-270.
- EMERSON, M.S.W. and Fay TWERSKY. *New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and Lessons of Non-Profit Enterprise Creation*. San Francisco, California, The Roberts Foundation, 1996.
- ENSLEY, Michael .D., James W. CARLAND and JoAnn C. CARLAND. "Investigating the Existence of the Lead Entrepreneur." In *Journal of Small Business Management*, vol. 38, no. 4, 2000, p. 59-77.
- FELL, James S. "Canada's Entrepreneurial MBA Program." *The University of Calgary Enterprise Development MBA*, 1999, p. 1-40.
- FLEMING, Patricia. 1996. "Entrepreneurship education in Ireland: a longitudinal study." *Academy of Entrepreneurship Journal, European Edition*, vol. 2, no. 1, 1996, p. 94-118.

GALLUP ORGANIZATION INC. & NATIONAL CENTRE FOR RESEARCH IN ECONOMIC EDUCATION . Entrepreneurship and Small Business in the United States: A Survey Report on the Views of the General Public. High School Students and Small Business Owners and Managers. (Available from the Centre for Entrepreneurial Leadership, Inc: Kansas City), 1994.

GARTNER, William and Karl VESPER. 1994. "Experiments in Entrepreneurship Education: Successes and Failures." In Journal of Business Venturing, vol. 9, no. 3, 1994, p. 179-188.

GIBB, Allan. "Enterprise Culture-Its Meaning and Implications for Education and Training." In Journal of European Industrial Training, vol. 11, no. 2, 1987, p. 3-38.

HATTEN, Timothy S and Sheila K RUHLAND. "Student Attitude towards Entrepreneurship as Affected by Participation in an SBI Program." In Journal of Education for Business, vol. 70, no. 4, 1995, p. 224-227.

HILLS, Gerald. "Variations in University Entrepreneurship Education: An Empirical Study of an Evolving Field." In Journal of Business Venturing, vol. 3, no. 2, 1988, p. 109-123.

HOOD, Jacqueline and John YOUNG. "Entrepreneurship's requisite areas of development: A survey of top executives in successful entrepreneurial firms." In Journal of Business Venturing, vol. 8, no. 2, 1993, p. 115-136.

HOWARD, Pierce J. and Jane MITCHELL HOWARD. "The Big Five Quickstart: An introduction to the Five-Factor Model of personality for Human Resource Professionals." Found Online: <http://www.centacs.com/quik-pt1.htm>, 2000.

JACKSON, John E. and Gretchen R. RODKEY. 1994. "The attitudinal climate for entrepreneurial activity." In Public Opinion Quarterly, vol. 58, no. 3, 1994, p. 358-380.

KING, Albert S. "Self-Analysis and Assessment of Entrepreneurial Potential." In Simulation and Games, vol. 16, no. 4, 1984, p. 399-416.

LEACH, Ed and Basil MORTLEY. "Entrepreneurial Skills Program (ESP) Foundation Course Framework: Putting Practice into Theory" The Centre for Entrepreneurship Education and Development (CEED) in cooperation with Dalhousie University and the University College of Cape Breton, 2000, p. 1-88.

LIPPER, Aurthur. "If Constructively Creative Divergent Thinking Equals Entrepreneur...How Can We Help Make More of Them." In Journal of Creative Behavior, vol. 21, no. 3, 1987, p. 214-218.

LOUIS, Karen Seashore. "Entrepreneurs in Academe: Exploration of Behaviors among Life Scientists." In Administrative Science Quarterly, vol. 34, no. 1, 1989, p. 110-131.

MCMULLAN, W.E. and L.M. GILLIN. "Developing Technological Start-Up Entrepreneurs: A Case Study of a Graduate Entrepreneurship program at Swinburne University." In *Technovation*, vol. 18, no. 4, 1998, p. 275-286.

MCMULLAN, W. E. and V. GOUGH. *Developing entrepreneurial MBAs: A case study in Calgary*. Paper presented at the Canadian Council on Small Business & Entrepreneurship, 1999.

MENZIES, Teresa. *Entrepreneurship and Canadian Universities: Report of a National Survey of Entrepreneurship Centres*. Brock University: The John Dobson Foundation, 1998.

MENZIES, Teresa and Yvon GASSE. *Entrepreneurship and Canadian Universities: Report of a National Survey of Entrepreneurship Education*. Found Online: <http://www.bus.brocku.ca/~tmenzies>, 1999.

MINER, John B. *A Psychological Typology of Successful Entrepreneurs*. London: Quroum Books, 1997.

MINER, John B. E-mail Correspondence on July 2 and July 5, 2001.

MINTON, Sandra. "An Entrepreneur's Opportunity in Dance." In *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, vol. 58, no. 2, 1987, p. 74-75.

MORRIS, Michael H. and Foard F. JONES. "Entrepreneurship in established organizations: The case for the public sector." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24, no. 1, 1999, p. 71-91.

Online: http://www.westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

PAULA, Kyrö. "The points of transition in reforming the understanding and meaning of entrepreneurship." *Academy of Entrepreneurship, European Edition*, vol. 2, no. 1, 1996, p. 70-93.

PESTOLESI, Robert. "What the Entrepreneur Can Do." In *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, vol. 58, no. 2, p. 68-70.

REID, Angus. 2000 "The Schooling of Entrepreneurs." In *Canada Today*, vol. 15, no. 1, 2000, p. 5-8.

RUSSELL, Robert D. "Developing a process model of intrapreneurial systems: A cognitive mapping approach." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, no. 3, 1999, p. 65-84.

SIMPSON, Roy L. "Technology and the potential for entrepreneurship." In *Nursing Management*, vol. 28, no. 10, 1997, p. 24-26.

SOLOMON, George and Erik WINSLOW. "Towards a Descriptive Profile of the Entrepreneur." In *Journal of Creative Behavior*, vol. 22, no. 3, 1988, p. 162-171.

The Five -Factor Model. Found Online. www.pysch.nwu.edu/~coriat/five.htm

THOMPSON, George H. and Parshotam DASS. "Improving students' self-efficacy in strategic management: the relative impact of cases and simulations". *Simulation and Gaming*, vol. 31, no. 1, 2000, p. 22-41.

TIMMONS, Jeffrey. A. "The Entrepreneurial Mind." Andover Massachusetts: Brick House Publishing Company, 1999.

TIMMONS, Jeffrey. A. "New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, 5th ed.". Boston Massachusetts: Irwin McGraw-Hill, 1999.

VAWDREY, Colleen Ed. "The Value of Entrepreneurial Education for All Students." In *Business Education Forum*, vol. 41, no. 7, 1987, p. 29-37.

VESPER, K.H. & W. B. GARTNER. *Compendium of Entrepreneurship Programs*. Lloyd Greif Centre for Entrepreneurial Studies, University of Southern California. www.marshall.usc.edu/entrepreneur, 1999.

VESPER, Karl. "Entrepreneurial Academics-How can we tell when the field is getting somewhere?" In *Journal of Business Venturing*, vol. 3, no. 1, 1988, p. 1-11.

VESPER, Karl and William GARTNER. "Measuring Progress in Entrepreneurship Education." In *Journal of Business Venturing*, vol. 12, no. 5, 1997, p. 403-421.

WEAVER, Mark. 1993. "Two Alternative Approaches to Creating Opportunities for Entrepreneurial Activity: Bridging the Divide between Academics and Entrepreneurs." In *Journal of Creative Behavior*, vol. 27, no. 2, 1993, p. 89-102.

WOOD, Richard. "Changing the Educational Program." In *New Directions for Higher Education (No. 71 Managing Change in Higher Education)*, vol. 18, no. 2, 1990, p. 51-58.

BIBLIOGRAPHIE DES SOURCES DE SECONDE MAIN

- ALAVAREZ, Jose Luis. "The Popularization of business ideas: The case of entrepreneurship in the 1980's." In *Management Education and Development*, vol. 24, no. 1, 1993, p. 26-31.
- AMABILE, Teresa. "Entrepreneurial Creativity through Motivational Synergy." *In Journal of Creative Behavior*, vol. 31, no. 1, 1st Quarter, 1997, p. 18-26.
- ANONYMOUS. "Changes and Emerging Trends in CE Function." In *Canadian Journal of University Continuing Education*, vol. 24, no. 1, 1999, p. 10-24.
- ANONYMOUS. "Entrepreneurial dimensions: The relationship of individual, venture and environmental factors to success." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24, no. 4, 2000, p. 79-80.
- ASHMORE, Catherine. "Entrepreneurship: Future Direction." In *Journal of Education for Business*, vol. 63, no. 4, 1988, p. 149-152.
- BABSON COLLEGE DEPARTMENT OF ENTREPRENEURSHIP. Found Online: http://www.babson.edu/thinking/homepage/home_page.html
- BARKER, Emily. "Catching up [to the] new economy." In *Inc Boston*, vol. 22, issue 7, 2000, p. 45-47.
- BATRA, Carol. "Socializing Nurses for Nursing Entrepreneurship Roles" In *Nursing and Health Care*, vol. 11, no. 1, 1990, p. 34-37.
- BELCHER, James and Catharine WARMBROD. *Entrepreneurship Education*. Columbus, Ohio: National Centre for Research in Vocational Education, 1987.
- BENNETT, John. "What Lies in the Future for Department Chairpersons?" In *Educational Record*, Spring Edition, 1983, p. 52-55.
- BIRD, Barbara J. and David N. ALLEN. "Faculty Entrepreneurship in Research University Environments." In *Journal of Higher Education*, vol. 60, no. 5, 1989, p. 583-596.
- BRAZEAL, Deborah and Theodore HERBERT. "The Genesis of Entrepreneurship." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, no. 3, 1999, p. 29-45.
- BULLARO, John. "Recreation and Leisure Service: Entrepreneurial Opportunities and Strategies." In *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, vol. 58, no. 2, 1987, p. 71-73.

BYRON, William J. "Good Managers in Academic Divisions." In *Change*, vol. 16, no. 7, 1984, p. 26-31.

CHRISMAN, James and W. Ed MCMULLAN. "A Preliminary Assessment of Outsider Assistance as a Knowledge Resource: The Longer Term Impact of New Venture Counseling." In *Entrepreneurship Theory and Practice*. [n.d.], 2000.

CONFERENCE PAPER onference Paper. "The Entrepreneurial Process: Research Perspectives." Found Online: <http://www.entrepreneurship.hbs.edu/Eship2000.html>, 2000.

CRANFIELD SCHOOL OF MANAGEMENT. Found Online: <http://www.som.cranfield.ac.uk/som/enterprise/intro.htm>

CROMIE, Stanley and John HAYES. "Towards a Typology of Female Entrepreneurs" In *Sociological Review*, 1988, p. 87-113.

DANA, Leo Paul. "Entrepreneurship in Europe." In *Journal of Education for Business*, vol. 68, no. 2, 1992, p. 74-78.

DANA, Leo Paul. "Preserving culture through small business: Government support for artisans and craftsmen in Greece." In *Journal of Small Business Management*, vol. 37, no. 1, 1999, p. 90-92.

DEAN, Harvey R. "Educational Entrepreneurism." *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 6, no. 1, 2000, p. 1-5.

ENVICK, Brooke R. and Margaret LANGFORD. "The five factor model of personality: assessing entrepreneurs and managers." *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 6, no. 1, 2000, p. 6-17.

FAIN, Gerald. "Entrepreneurial Ethics: Who shall pay, who shall prosper and who shall judge." In *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, vol. 58, no. 2, 1987, p. 76-78.

FINKIN, Matthew W. "Tenure and the Entrepreneurial Academy: A Reply." In *Academe*, vol. 84, no. 1, 1998, p. 14-22.

GARTNER, William, Terrence MITCHELL and Karl VESPER. "A Taxonomy of New Business Ventures." In *Journal of Business Venturing*, vol. 4, no. 3, 1989, p. 169-186.

GAYLEN, Chandler N., Chalon KELLER and Douglas W. LYON. "Unraveling the determinants and consequences of an innovation-supportive organizational culture." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, no. 1, 2000, p. 59-76.

GINSBERG, Ari and Ann BUCKHOLTZ. "Are Entrepreneurs a breed apart? A Look at the Evidence." In *Journal of General Management*, vol. 15, no. 2. 1989.

GORE, Murray. "Training for Enterprise." In *Journal of European Industrial Training*, vol. 15, no. 3, 1991, p. 14-16.

HARVARD UNIVERSITY ENTREPRENEURSHIP. Found Online:
<http://www.entrepreneurship.hbs.edu/>

HENEMAN, Robert L., Judith W. TANSKY and S. Michael CAMP. 2000. "Human resource management practices in small and medium-sized enterprises: Unanswered questions and future research perspectives." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, no. 1, 2000.
p. 11-26.

HUEFNER, J.C., H. K. HUNT and P.B. ROBINSON. 1999. "A comparison of four scales predicting entrepreneurship." In *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 1, no. 2, 1999, p. 56-81.

JOHNSTON, R W. "Entrepreneurialism in the College System." In *Canadian Vocational Journal*, vol. 21, no. 4, 1986, p. 15-18.

JONES, Kellye. "An exploration of the relationship between male and female perceptions of opportunity for occupational goal attainment and propensity for entrepreneurship." *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 2, no. 2, 1997, p. 30-43.

JUDGE, T. A, C. H. THORENSEN and C. J. BARRICK . "The big five personality traits, general mental ability and career success across the life span." In *Personnel Psychology*, vol. 52, no. 3, 1999, p. 621-653.

KANSAL, Namita, Radha BASU and Vani KOLA. "India: Woman Power." In *Businessline*, 2000, p. 1-3.

KANUNGO, Rabindra. *Entrepreneurship & Innovation: Models for Development*. London: Sage Publications Ltd, 1998.

KANZAKI , Frank. "Profile of Vocational Education in the DOE." *Entrepreneurship Education and Training Seminar*, February 16, 1984 Ala Moana Americana Hotel, Honolulu, Hawaii, 1984.

KAPLAN, Thomas E., George GERARD and George W. RIMLER. "Research Notes: University-sponsored family business programs: Program Characteristics, perceived quality and member satisfaction." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24, no. 3, 2000, p. 65-75.

KAUTZ, Judith. "Entrepreneurs add vitality to the economy."

Found Online:

<http://entrepreneurs.about.com/smallbusiness/entrepreneurs/library/weekly/1999/aa070299.htm?rnk=r1&terms=entrepreneurs+add+vitality+to+the+economy>, 1999,

KAUTZ, Judith. "Entrepreneurism Spurs Economic Growth: Part 2 The Entrepreneurship Gap."

Found Online:

<http://entrepreneurs.about.com/smallbusiness/entrepreneurs/library/weekly/aa112900b.htm?rnk=r1&terms=entrepreneurship+gap>, 2001.

KAUTZ, Judith. "Entrepreneurism Spurs Economic Growth: Part 3 Key Factors for Entrepreneurship."

Found Online:

<http://entrepreneurs.about.com/smallbusiness/entrepreneurs/library/weekly/aa112900c.htm>, 2001.

KAUTZ, Judith. "Small Businesses share their Thoughts"

Found Online:

<http://entrepreneurs.about.com/smallbusiness/entrepreneurs/library/weekly/aa070900a.htm?rnk=r1&terms=small+businesses+share+their+thoughts>, 2001.

KENT, Calvin. Entrepreneurship education: current developments, future directions. New York: Quorum Books, 1990.

KLEIN, Rudolf. "Universities in the Market Place." In *New Universities Quarterly*, vol. 33, no. 3, 1979, p. 306-320.

KOIRANEN, Matte and Kimmo HYRSKY. "Entrepreneurs as expressed in collocations: an exploratory study." *Academy of Entrepreneurship Journal, European Edition*, vol. 2, no. 2, 1996, p. 119-132.

KOURILOFF, Michail. "Exploring perceptions of *a priori* barriers to entrepreneurship: A Multidisciplinary approach." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, no. 2, 2000, p. 59-63.

KOURILSKY, Marilyn L. "Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum." Kansas: Centre for Entrepreneurial Leadership Clearinghouse on Entrepreneurship Education, 1995.

KOZERACKI, Carol. "Institutional Entrepreneurship in Higher Education." *CELCEE Digest* Number 98-5, 1998.

KUZNETSOY, Andrei, Frank MACDONALD and Olga KUZNETSOVA. "Entrepreneurial Qualities: A Case from Russia." In *Journal of Small Business Management*, vol. 38, no.1, 2000, p.101-107.

LOW, Murray. "Developing an Entrepreneurship Game for Teaching and Research." In *Simulation & Gaming*, vol. 25, no. 3, 1994, p. 383-401.

LYNCH, David J. "Entrepreneur no longer a dirty word in Sweden Traditions change, start-ups sprout." *USA Today* March 28, 2001, p. B6.

MAASSEN, Peter A. M. and Michel T. E. VAN BUCHEM. "Turning Problems into Opportunities: The University of Twente." In *New Directions for Institutional Research*, vol. 65, 1990, p. 55-68.

MARTELLO, William E. "Practical tools for entrepreneurial strategies: applying the issue set model." *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 1, no. 2, 1996, p. 81-86.

MEYER, G. et coll.. "Highlights from the world conference in Australia." In *International Council for Small Business*, vol. 32, no. 3, 2000, p. 1-16.

MOHAN-NEILL, Sumaria. "Work satisfaction and entrepreneurial dreams." *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 6, no. 1, 2000, p. 18-63.

MUMBY-CROFT, Roger. "Investigating Entrepreneurial Opportunities: A Practical Guide for Due Diligence." In *International Small Business Journal*, vol. 18, no. 4, 2000, p. 103-104.

NEAL, John. "Quality Assurance in the Entrepreneurial University." In *New Directions for Institutional Research*, vol. 25, no. 3, 1998, p. 69-85.

O FIET, James. "The theoretical side of teaching entrepreneurship." In *Journal of Business Venturing*, vol. 16, no. 1, 2001, p. 1-24.

PEARCE, James W., CARLAND, James W. "Intrapreneurship and innovation in manufacturing firms: an empirical study of performance implications." *Academy of Entrepreneurship*, vol. 1, no. 2, 1996, p. 87-96.

ROEBUCK, Deborah, Britt and Dorothy BRAWLEY . "Forging links between the academic and business communities." In *Journal of Education for Business*, vol. 71, no. 3, 1996, p. 125-130.

ROYAL BANK . "Money is not enough: university students personify new economics of the 'Canadian dream.'"

Found Online:

http://www.ipsos-reid.com/media/content/displaypr.cfm?id_to_view=1129, 2000.

SAINT LOUIS UNIVERSITY. Found Online: <http://www.eweb.slu.edu/Default.htm>

SASSER, Sue Lynn. 1994. "Rural economic development and education: The Agar model." In *South Dakota Business Review*, vol. 52, no. 3, 1994, p. 1-3.

SHAKER, A. Zahar and Carol Diane HANSEN. "Privatization, Entrepreneurship and global competitiveness in the 21st century." In *Competitiveness Review*, vol. 10, no. 1, 2000, p. 83-103.

SHEFFIELD, Emilyn A. "Entrepreneurial Opportunities in Health, Physical Education, Recreation and Dance." In *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, vol. 58, no. 2, 1987, p. 64-77.

SHEFFIELD, Emilyn A. "Entrepreneurship and Innovation In Recreation and Leisure Services." In *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, vol. 59, no. 2, 1988, p. 67-68.

SLOM, Samuel. "Promoting Economic Development: A Business-Academic Imperative" Entrepreneurship Education and Training Seminar, February 16, 1984 Ala Moana Americana Hotel, Honolulu, Hawaii, 1984.

SOLOMON, George. "The Centre for Family Enterprise." Found Online: <http://www.nationalsurvey.org/aboutsurvey.html>

SOLOMON, George T and Lloyd FERNALD. "Trends in Small Business Management and Entrepreneurship Education in the United States." In *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15, no. 3, 1991, p. 25-40.

ST CLAIR, Guy. *Entrepreneurial Librarianship: The Key to Effective Information Services Management*. New Jersey: Bowker-Saur Inc., 1996.

SUBOTZKY, George. "Beyond the Entrepreneurial University: The Potential Role of South Africa's Historically Disadvantaged Institutions in Reconstruction and Development." In *International Review of Education*, vol. 45, no. 5-6, 1999, p. 507-527.

SUDIKOFF, Jeffrey. "Street Smarts." , 1994.

Found Online: http://www.inc.com/articles/details/0,3532,CID2807_REG3,00.html

SWEDBERG, Richard. *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford; New York: Oxford University Press, 2000.

TIMMONS, Jeffrey A. *New Venture Creation*. Fourth Edition. Illinois: Homewood, 1999.

TSUNODA, Joyce. "Profile of Vocational Education in the Community Colleges." Entrepreneurship Education and Training Seminar, February 16, 1984 Ala Moana Americana Hotel, Honolulu, Hawaii, 1984.

VIEGAS, Swarna, Judy BRUN and Cheryl O HAUSAFUS. "Leadership Development for family and consumer sciences college undergraduates." In Journal of Family and Consumer Sciences, vol. 90, no. 3, 1998, p. 47-51.

VINNELL, Reuben and R.T. HAMILTON. "A historical perspective on small firm development." In Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 23, no. 4, 1999, p. 5-18.

WALKER, Patricia Hinton. "A Comprehensive Community Nursing Centre Model: Maximizing Practice Income- A Challenge to Educators." In Journal of Professional Nursing, vol. 10, no. 3, 1994, p. 131-139.

WESTERFIELD, Carl. "Entrepreneurial Opportunities in Health Education." In Journal of Physical Education, Recreation & Dance, vol. 58, no. 2, 1987, p. 67-68.

WHOLIHAM, John. "Entrepreneurship Campus: A Personal View Based on 25 Years in Academia." In Journal of Creative Behavior, vol. 23, no. 3, 1989, p. 194-197.

UNIVERSITY OF DURHAM ENTREPRENEURSHIP. Found Online:
<http://www.fsmed.org/>

UNIVERSITY OF STIRLING ENTREPRENEURSHIP. Found Online:
<http://www.stir.ac.uk/departments/management/ent/rankings.htm>

UNIVERSITY OF VICTORIA ENTREPRENEURSHIP PROGRAM. Found Online:
http://www.business.uvic.ca/bcom/features_entrepreneurship.html

APPENDICES

APPENDICE 1 : UNIVERSITÉS DU CANADA ATLANTIQUE CONTACTÉES POUR OBTENIR LEURS ANNUAIRES

- 1) Atlantic Baptist University
- 2) Atlantic School of Theology
- 3) Nova Scotia Agricultural College
- 4) Nova Scotia College of Art and Design
- 5) Université Acadia
- 6) Université Dalhousie
- 7) Université Memorial de Terre-Neuve
- 8) Université de Moncton
- 9) Université Mount Allison
- 10) Université Mount Saint Vincent
- 11) Université Saint Francis Xavier
- 12) Université Saint Mary's
- 13) Université Saint Thomas
- 14) Université Sainte-Anne
- 15) University College of Cape Breton
- 16) Université de l'Île-du-Prince-Édouard
- 17) University of King's College
- 18) Université du Nouveau-Brunswick - Fredericton
- 19) Université du Nouveau-Brunswick - Saint John

**APPENDICE 2 : UNIVERSITÉS EXAMINÉES RELATIVEMENT À
L'ÉLABORATION D'UN MODÈLE**

1. Atlantic Baptist University de Moncton (Nouveau-Brunswick), Canada
2. Atlantic School of Theology de Halifax (Nouvelle-Écosse), Canada
3. Babson College de Boston (Massachusetts), États-Unis
4. Chalmers School of Entrepreneurship, Goteborg, Suède
5. Chalmers University of Technology de Goteborg, Suède
6. Cranfield University de Bedford (Angleterre), Royaume-Uni
7. Goteborg University de Goteborg, Suède
8. Hokudai University de Kita-ku, Sapporo, Japon
9. IMH Business School, Suède
10. INSEAD, Campus européen en France et campus asiatique à Singapour
11. Kobe University, Nada, Kobe, Japon
12. Kyushu University, Higashiku, Fukuoka, Japon
13. Linkoping University, Linkoping, Suède
14. Lulea University of Technology, Lulea, Suède
15. Lund University, Lund, Suède
16. Mid Sweden University, Suède
17. Nova Scotia Agricultural College, Truro (Nouvelle-Écosse), Canada
18. Nova Scotia College of Art and Design, Halifax (Nouvelle-Écosse), Canada
19. Stirling University, Stirling, Écosse, Royaume-Uni
20. Stockholm University, Stockholm, Suède
21. Swinburne University of Technology, Melbourne, Australie
22. The London School of Business de Londres, Angleterre, Royaume-Uni
23. The University College of Cape Breton, Sydney (Nouvelle-Écosse)
24. The University of Tsukuba, Tsukuba City, Ibraki Prefecture, Japon
25. Tohoku University, Sendai, Miyagi Prefecture, Japon
26. Tuft's University, Medford (Massachusetts), États-Unis
27. Université Acadia de Wolfville (Nouvelle-Écosse), Canada
28. Université Dalhousie de Halifax (Nouvelle-Écosse), Canada
29. Université de Calgary, Calgary (Alberta), Canada
30. Université de l'Île-du-Prince-Édouard, Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard),
Canada
31. Université de Moncton, Moncton (Nouveau-Brunswick), Canada
32. Université de Victoria, Victoria (Colombie-Britannique), Canada
33. Université de Waterloo, Waterloo (Ontario), Canada
34. Université du Nouveau-Brunswick – Fredericton, Fredericton (Nouveau-Brunswick),
Canada
35. Université du Nouveau-Brunswick - Saint John, Saint John (Nouveau-Brunswick),
Canada
36. Université Harvard de Cambridge (Massachusetts), États-Unis
37. Université McGill, Montréal (Québec), Canada
38. Université Memorial de Terre-Neuve, St. John's (Terre-Neuve), Canada
39. Université Mount Allison, Sackville (Nouveau-Brunswick), Canada
40. Université Mount Saint Vincent de Halifax (Nouvelle-Écosse), Canada

41. Université Saint Francis Xavier, Antigonish (Nouvelle-Écosse), Canada
42. Université Saint Mary's, Halifax (Nouvelle-Écosse), Canada
43. Université Saint Thomas, Fredericton (Nouveau-Brunswick), Canada
44. Université Sainte-Anne, Church Point (Nouvelle-Écosse), Canada
45. Université Wilfrid Laurier, Waterloo (Ontario), Canada
46. University de l'Alberta, Edmonton (Alberta), Canada
47. University of Durham, Durham, Royaume-Uni
48. University of King's College, Halifax (Nouvelle-Écosse), Canada
49. University of Louisiana de Monroe, Monroe (Louisiane), États-Unis
50. University of Skovde, Skovde, Suède
51. University of Southern California, Los Angeles (Californie), États-Unis
52. University of St. Louis, St. Louis (Missouri), États-Unis
53. University of Umea, Umea, Suède
54. University of Washington, Seattle (Washington), États-Unis
55. Uppsala University, Uppsala, Suède
56. Vaxjo University, Vaxjo, Suède
57. Waseda University, Tokyo, Japon
58. Wharton School of Business, Pennsylvanie, États-Unis

APPENDICE 3 : DÉFINITIONS DE L'ENTREPRENEURSHIP

Une redéfinition des termes. [TRADUCTION] (Gibb, 1987 : 11)

Qualités d'entrepreneur – Définies comme étant un ensemble de qualités, notamment l'initiative, un fort pouvoir de persuasion, l'aptitude à prendre des risques modérés plutôt qu'élevés, la souplesse, la créativité, l'indépendance/l'autonomie, la capacité de résoudre des problèmes, le besoin de réalisation, l'imagination, la forte conviction de maîtriser sa propre destinée, le leadership et le travail acharné.

Entreprise - Exercice d'entrepreneurship dans le contexte d'une tâche ou d'un environnement.

Entrepreneur – Personne qui fait preuve des nombreuses qualités d'un entrepreneur (dans le contexte particulier d'une tâche et d'un environnement – plus couramment dans le domaine du commerce ou des affaires).

Petite entreprise – Définie comme étant une entreprise indépendante, dirigée par son propriétaire, dont la taille est arbitrairement qualifiée (relativement) de petite comparativement à la structure du secteur industriel dans lequel elle exerce ses activités, eu égard également à la structure de l'entreprise dans son ensemble.

Entrepreneurial – Adjectif utilisé pour décrire l'adoption évidente d'un comportement d'entrepreneur dans un contexte particulier, habituellement commercial ou administratif.

Culture d'entreprise – Ensemble des valeurs, attitudes et croyances qui sous-tendent la manifestation, au sein de la collectivité, de comportements indépendants de nature entrepreneuriale dans un contexte d'affaires.

En définissant l'entrepreneur au moyen d'un ensemble de qualités et la petite entreprise au moyen d'un ensemble de tâches, il est possible d'explorer la relation entre les deux et de clarifier leur interdépendance tout en établissant une distinction entre les deux. [TRADUCTION] (Gibb, 1987 : 35)

L'entrepreneurship universitaire se définit comme étant une tentative d'accroître le profit individuel ou institutionnel, l'influence ou le prestige grâce au développement et au marketing d'idées de recherche ou de produits fondés sur la recherche. [TRADUCTION] (Louis et coll., 1989 : 110)

La reconnaissance qu'une idée a du potentiel comme occasion d'innovation est un préalable nécessaire au lancement d'un processus novateur. [TRADUCTION] (Russell, 1999 : 72)

Les entrepreneurs sont des preneurs de risques qui « fonctionnent à leur mieux là où les règles qui régissent leur comportement ne sont pas très régularisées. » [TRADUCTION] (Fain, 1987 : 76)

Une activité entrepreneuriale consiste en la conceptualisation et la mise en œuvre d'un concept, d'une idée, d'un procédé, d'un produit, d'une entreprise ou d'un service nouveaux. L'agent entrepreneurial est l'individu ou le groupe qui prend la responsabilité personnelle de mettre à exécution cette activité. [TRADUCTION] (Morris et Jones, 1999 : 73)

Certains rédacteurs ont associé l'entrepreneurship à l'incertitude, d'autres à la coordination des ressources de production, d'autres encore à l'introduction d'innovations et d'autres, enfin, à la fourniture de capitaux. En outre, toutes les définitions sont de nature rétrospective : une personne est définie comme un entrepreneur pour une chose qu'elle a faite plutôt que pour une chose qu'elle est capable de faire. [TRADUCTION] (King, 1985 : 399)

L'entrepreneurship est une forme particulière d'innovation. Il s'agit de la mise en œuvre réussie d'idées créatives pour produire une nouvelle entreprise ou une nouvelle initiative au sein d'une entreprise existante. [TRADUCTION] (Amabile, 1997 : 18)

Toute personne qui démarre une organisation ou qui travaille dans les limites d'une organisation et qui exploite les possibilités sans égard aux ressources actuellement contrôlées. [TRADUCTION] (Brazeal et Herbert, 1999 : 6)

Personne qui sait reconnaître une possibilité, qui y donne suite en créant une organisation et qui, en cours de route, risque une quantité considérable de ses avoirs personnels. [TRADUCTION] (Bygrave et Minniti, 2000 : 27)

Individu qui met sur pied et qui gère une entreprise dans le but premier de faire des profits et de croître. Les entrepreneurs se démarquent surtout par leur comportement novateur et ils ont recours à des pratiques de gestion stratégique dans l'entreprise. [TRADUCTION] (1995 : 224)

Un véritable entrepreneur ressent peu de culpabilité; il est audacieux, peut être impitoyable, mais il peut aussi bien communiquer et travailler comme membre d'une équipe, s'il y a lieu. [TRADUCTION] (Johnston, 1987 : 16)

Celui qui crée une occasion de faire du profit en cherchant à résoudre des problèmes connus. [TRADUCTION] (Lipper, 1987 : 214)

Les entrepreneurs appliquent la formation qu'ils ont reçue en faisant preuve de créativité; ils établissent de nouveaux contacts grâce au réseautage et organisent leurs propres perspectives professionnelles. [TRADUCTION] (Minton, 1987 : 74)

Historiquement, le terme entrepreneurship fait référence aux efforts que déploie un individu qui assume le risque de traduire une vision en une entreprise commerciale couronnée de succès. [TRADUCTION] (Morris et Jones, 1999 : 73)

La conceptualisation de l'entrepreneurship est celle d'un processus qui peut se dérouler dans les organisations de toutes tailles et de toutes catégories. L'entrepreneurship fait référence au processus de création d'une valeur à partir d'une combinaison particulière de ressources, afin d'exploiter une possibilité. [TRADUCTION] (Morris et Jones, 1999 : 73)

Un entrepreneur constate un besoin et réunit ensuite la main-d'œuvre, les matériaux et les capitaux nécessaires pour répondre à ce besoin. [TRADUCTION] (Sheffield, 1987 : 64)

Un entrepreneur est une personne qui recherche de nouvelles possibilités et qui combine les facteurs de production nécessaires pour les exploiter. [TRADUCTION] (Sheffield, 1987 : 65)

Les intrapreneurs agissent de façon novatrice et autonome à l'intérieur des organisations. [TRADUCTION] (Sheffield, 1987 : 65)

L'entrepreneurship est une réorientation raisonnée de ressources à partir d'un secteur de faible productivité vers un nouveau secteur où la productivité et le rendement sont supérieurs. [TRADUCTION] (Sheffield, 1988 : 35)

Personne qui démarre et réussit une entreprise et/ou un projet qui génère un profit (monétaire ou personnel) ou profite à la société. [TRADUCTION] (Solomon et Winslow, 1988 : 164)

Essentiellement, un entrepreneur est une personne qui sait innover et qui crée quelque chose de différent ayant une valeur (ajoutée) en y consacrant du temps et des efforts, en assumant les risques ... financiers, psychologiques et sociaux ... dans une perspective d'action ... et en retirant les récompenses [et punitions] qui en découlent, soit la satisfaction monétaire et personnelle. [TRADUCTION] (Solomon et Winslow, 1988 : 165)

L'entrepreneurship consiste à créer et à mettre sur pied une chose ayant de la valeur à partir de presque rien. Autrement dit, l'entrepreneurship est le processus qui permet de créer ou de saisir une occasion et de l'exploiter peu importe que les ressources soient actuellement contrôlées. [TRADUCTION] (Timmons, 1999 : 7)

Celui qui organise et gère une activité commerciale ou une entreprise et qui en assume les risques. [TRADUCTION] (King, 1985 : 399)

Celui qui crée à partir de rien une entreprise de longue durée. [TRADUCTION] (King, 1985 : 399)

Personne qui exerce un certain contrôle sur les moyens de production et qui produit plus qu'elle ne peut consommer dans le but de vendre (ou d'échanger) ses produits contre un revenu individuel (ou familial). [TRADUCTION] (King, 1985 : 399)

Définition d'un entrepreneur en soins infirmiers : Personne qui cerne les besoins d'un patient, qui imagine comment les soins infirmiers pourront répondre efficacement à ces besoins et qui par la suite établit et exécute un plan pour répondre à ce besoin ... Il s'agit de chercher les possibilités et de réellement saisir l'occasion. [TRADUCTION] (Simpson, 1997 : 24)

Définition pratique d'une université entrepreneuriale : Établissement qui s'intéresse surtout aux étudiants non traditionnels (principalement des adultes – à temps partiel) et qui met l'accent sur la prestation de services pédagogiques (plutôt que sur la recherche et l'approche communautaire) en ayant recours à diverses formules (temps, lieu ou technologie), à de multiples endroits (notamment en franchissant les limites des États et les frontières nationales). Le style de leadership adopté dans ce type d'établissement vise une croissance et une expansion vigoureuses, mais bien planifiées, une ouverture face à un large éventail de partenariats et d'ententes de collaboration, et l'obtention de ressources clés (y compris le corps professoral et les installations) pour réduire au minimum les frais administratifs généraux et accroître au maximum la marge de manœuvre future. Ainsi, l'essentiel de l'entrepreneurship semble être la volonté de s'écarter des structures de prestation traditionnelles – campus et salles de cours – et de chercher de nouveaux auditoires et de servir la nouvelle clientèle par le biais de collaborations. [TRADUCTION] (Neal, 1998 : 72)

Travail autonome de toute sorte. Les entrepreneurs achètent à des prix certains, actuellement, et vendront à des prix incertains dans l'avenir. L'entrepreneur est porteur d'incertitude. [TRADUCTION] (Richard Cantillon, vers 1730)
http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

L'entrepreneur est l'agent qui allie tous les modes de production et qui trouve dans la valeur des produits ... le rétablissement de tout le capital qu'il emploie, la valeur des salaires, l'intérêt et le loyer qu'il paie, ainsi que des profits qui lui appartiennent. [TRADUCTION] (Jean Baptiste Say, 1816)
http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

L'entrepreneur est un innovateur; il réalise des changements au sein des marchés en appliquant de nouvelles combinaisons. Ces nouvelles combinaisons peuvent prendre plusieurs formes : 1) l'introduction d'un nouveau bien ou d'une nouvelle qualité du produit; 2) l'adoption d'une nouvelle méthode de production; 3) l'ouverture d'un nouveau marché; 4) la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement de matériaux ou composants nouveaux; 5) la mise en œuvre de la nouvelle organisation d'une industrie. [TRADUCTION] (Joseph Schumpeter, 1934)
http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

L'activité entrepreneuriale sous-entend l'identification de débouchés à l'intérieur du système économique. Les capacités de gestion se distinguent des capacités entrepreneuriales. [TRADUCTION] (Penrose, 1963)
http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

L'entrepreneur comble les lacunes du marché en exerçant des activités qui viennent compléter les facteurs de production, des activités nécessaires à la création ou à la conduite d'une entreprise lorsque les marchés ne sont pas tous bien établis ou clairement définis et/ou qu'à l'intérieur de ceux-ci, certains éléments pertinents de la fonction production ne sont pas tout à fait connus. [TRADUCTION] (Harvey Leibenstein, 1968; 1979) http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

L'entrepreneur reconnaît les débouchés et agit en conséquence. Essentiellement, l'entrepreneur amène le marché proprement dit vers un équilibre. [TRADUCTION] (Israel Kirzner, 1979) http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

La création de nouvelles organisations. [TRADUCTION] (Gartner, 1988) http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

L'entrepreneurship est le processus qui consiste à définir, à développer et à concrétiser une vision. Il peut s'agir d'une idée novatrice, d'une occasion à saisir ou simplement d'une meilleure façon de faire une chose. Ce processus aboutit à la création d'une nouvelle entreprise, formée dans des conditions de risque et de grande incertitude. [TRADUCTION] (Le Centre d'entrepreneurship de la Miami University of Ohio) http://westaction.org/definitions/def_entrepreneurship_1.html

Les entrepreneurs explorent les possibilités et créent des organisations afin de convertir ces possibilités en réalités. Les meilleurs entrepreneurs inventent de nouvelles façons de vivre, de travailler et de réussir. L'entrepreneurship qui remporte du succès allie indépendance et collaboration, vision et action, individu et collectivité. [TRADUCTION] (Saint Louis University, 2001) <http://www.eweb.slu.edu/Default.htm>

Nous définissons l'entrepreneurship comme la recherche d'occasions, au delà des ressources concrètes actuellement contrôlées. [TRADUCTION] (Harvard Business School, 2000). <http://www.entrepreneurship.hbs.edu/>

L'entrepreneurship est une notion à multiples facettes; elle a évolué et inclut maintenant le travail autonome, la petite entreprise, les affaires montées à partir de rien, les nouvelles initiatives au sein d'une organisation, la gestion entrepreneuriale et une attitude d'entrepreneur (connaissance de soi et leadership), l'entrepreneurship social (sans but lucratif) et ainsi de suite. [TRADUCTION] (Menzies, 1999 : 4).

L'éducation sous-entend une remise en question de la façon traditionnelle de faire les choses. Il en va de même de l'entrepreneurship. Dans notre société, il existe de nombreux problèmes que le marché ne peut résoudre. La santé, l'éducation et l'aide sociale sont en désarroi et pour y apporter des améliorations, on a besoin de penseurs. D'une certaine façon, on pourrait considérer que ces penseurs sont des entrepreneurs sociaux, des gens qui ont de l'imagination, du dynamisme et de la souplesse et qui sont disposés à prendre des risques qui ne sont pas nécessairement axés sur le marché. [TRADUCTION] (Reid, 2000 : 8)

Un gestionnaire sans but lucratif ayant des antécédents en travail social, en développement communautaire ou en affaires, qui réalise une vision du renforcement du pouvoir économique en créant une entreprise à vocation sociale ayant pour but d'élargir les possibilités des personnes qui vivent en marge du grand courant économique.
[TRADUCTION] (Emerson et Twersky, 1996 : i)

APPENDICE 4 : LE MODÈLE DES CINQ FACTEURS

De nombreux chercheurs ont utilisé le modèle des « cinq facteurs » pour tenter de catégoriser les entrepreneurs. « Tout au long des années 1980 et encore aujourd'hui, une pléthore de chercheurs s'intéressant à la personnalité ont élaboré le modèle des cinq facteurs en tant que paradigme fondamental de la recherche sur la personnalité. »

[TRADUCTION] (Howard et Howard, 2000 : 4-10) Ce modèle regroupe les traits de personnalité qui, selon les spécialistes du domaine de la psychologie, illustrent le mieux la personnalité humaine. Voici les « cinq grands » facteurs généraux :

- Traits névrotiques (personnalité négative);
- Extraversion/Introversion;
- Amabilité;
- Souci du travail bien fait;
- Ouverture d'esprit.

Ce modèle peut être utilisé comme une sorte d'entonnoir. L'ouverture de l'entonnoir est représentée par les cinq principaux traits que les spécialistes considèrent essentiels à l'étude de la personnalité humaine. De nombreuses caractéristiques individuelles ne sont pas saisies à ce niveau et en conséquence, la catégorisation est faible. Lorsqu'on inclut les sous-ensembles, les caractéristiques mineures que l'on retrouve dans chacun des cinq facteurs, ils agissent comme des filtres. Ainsi, la catégorisation se précise et les caractéristiques individuelles peuvent être divisées entre les facteurs qui représentent leurs traits particuliers. De cette manière, on a tenté d'indiquer où s'intégraient les caractéristiques des entrepreneurs dans le modèle des « cinq facteurs », ou de déterminer si elles justifiaient une catégorie qui leur est propre. Pour y arriver, le modèle de Howard et Howard (2000 : 4-10) a été modifié en faisant ressortir les caractéristiques attribuées aux entrepreneurs en caractères gras. Vous trouverez au tableau 6 le résultat de ce processus.

TABLEAU 6 : MODÈLE DES CINQ FACTEURS

Le facteur Personnalité négative

Six facettes de la personnalité négative	Ressort psychologique N-	Réactivité N+
Tracas	Détendu; calme	Inquiet; mal à l'aise
Colère	Bon caractère; se met rarement en colère	Ressent vite de la colère
Découragement	Se décourage difficilement	Se décourage facilement
Conscience de soi	Difficile à embarrasser	Plus facile à embarrasser
Impulsivité	Résiste facilement aux impulsions	Se laisse facilement tenter
Vulnérabilité	Compose facilement avec le stress	A de la difficulté à s'en sortir

Le facteur Extraversion

Six facettes de l'extraversion	Introverti E-	Extraverti E+
Chaleureux	Réservé; formaliste	Affectueux; amical , intime
Grégaire	Cherche rarement la compagnie	Grégaire, préfère la compagnie
Assurance	Reste à l'arrière-scène	Assuré; participe à la discussion; dirige
Activité	Allure détendue	Vigueur
Émotions positives	Moins exubérant	Jovial; optimiste
Recherche de l'exaltation	Peu besoin de sensations fortes	Éprouve un besoin d'exaltation

Le facteur Ouverture d'esprit

Six facettes de l'ouverture d'esprit	Conservateur O-	Explorateur O+
Fantaisie	Se concentre sur le moment présent	Rêveur; plein d'imagination
Esthétique	Peu intéressé à l'art	Apprécie l'art et la beauté
Sentiments	Ignore et fait peu de cas des sentiments	Valorise toutes les émotions
Actions	Préfère les choses familières	Préfère la variété; essaie de nouvelles choses
Idées	Objectif intellectuel plus étroit	Grande curiosité intellectuelle
Valeurs	Dogmatique; conservateur	Ouvert au réexamen des valeurs

Le facteur Amabilité

Six facettes de l'amabilité	Provocateur A-	Capable d'adaptation A+
Confiance	Cynique; sceptique	Voit les autres comme honnêtes et bien intentionnés
Simplicité	Prudent; esquisse la vérité	Direct, franc
Altruisme	Réticent à participer	Disposé à aider les autres
Docilité	Dynamique; compétitif	Cède en cas de conflit; se range
Modestie	Se sent supérieur aux autres	Aime à s'effacer; humble
Sensible	Froid; rationnel	Sensible; facile à motiver

Le facteur Souci du travail bien fait

Six facettes du souci du travail bien fait	Souple C-	Concentré C+
Compétence	Se sent souvent non préparé	Se sent capable et efficace
Ordre	Non organisé; méthodique	Bien organisé; propre; soigné
Soumission	Insouciant face aux obligations	Régi par sa conscience; fiable
Efforts pour réussir	Faible besoin de réussite	Poussé à atteindre le succès
Autodiscipline	Remet à plus tard; distrait	Concentré sur les tâches à accomplir
Délibération	Spontané; précipité	Réfléchit bien avant d'agir

(Adapté de Howard et Howard, 2000 : 4-10)

L'évaluation du tableau 6 et de la dispersion des caractéristiques attribuées aux entrepreneurs donne à penser que les entrepreneurs ne méritent pas de catégorie qui leur est propre. Les caractéristiques qu'on estime communes aux entrepreneurs qui connaissent du succès s'étendent sur quatre des cinq facteurs. Bien qu'on ne puisse tirer aucune conclusion concrète, il semble que les entrepreneurs soient généralement des extravertis à l'esprit ouvert ayant le souci du détail; ils sont des explorateurs concentrés et souples qui peuvent aussi être aimables. Le facteur de personnalité qui ne semble pas convenir aux entrepreneurs est celui de la personnalité négative. Comme peu de recherches ont été faites sur le modèle des cinq facteurs et sa relation avec les caractéristiques des entrepreneurs, il y aurait lieu de faire des recherches plus approfondies sur ce sujet.

APPENDICE 5 : EXPLICATION DES ACRONYMES UTILISÉS

ABI	American Business Institute
ACEI	Australian Centre for Entrepreneurship and Innovation
APECA	Agence de promotion économique du Canada atlantique
CATA	Canadian Advanced Technology Alliance
CEED	Centre de développement et d'éducation en entrepreneurship
EBSCO	Elton B. Stevens Company
ERP	Entreprise Resource Planning
EVCA	European Venture Capital Association
EVMA	The European Venture Management Association
FEM	Foundation for Entrepreneurial Management
IMC	Intermediate Management Core
LEAD Award	Leadership and Excellence in Academic Development
LEO	Department of Leadership, Entrepreneurship, and Organization
MEI	Master of Entrepreneurship and Innovation Maîtrise en entrepreneurship et innovation
MTE	Minor in Technological Entrepreneurship
PCG	Programme des compétences en gestion
PEI Club	The Program in Entrepreneurship and Innovation
SBI	Small Business Institute
SIRE	Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship
USASBE	United States Association for Small Business and Entrepreneurship
WIIFM	What's In It For Me Qu'est-ce que cela me rapporte?



Entrepreneurship in University
Environments

L'Environnement universitaire
de l'entrepreneurship

