

Validation transculturelle des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale

JEAN – PAUL TCHANKAM
KEDGE BS, BORDEAUX - France
Jean-paul.tchankam@kedgebs.com

EMMANUEL TCHAGANG
UNIVERSITE DE YAOUNDE II – CAMEROUN
etchagan@yahoo.fr

Résumé

L'auto-efficacité est souvent considérée comme concept opératoire dans les sociétés individualistes de type occidental, voire de type californien (François 2004). L'objet de cette recherche est de remonter à la source théorique de ce concept, la théorie sociocognitive, afin de montrer qu'il est applicable également dans les sociétés de culture communautaire. Pour ce faire, nous avons essayé de valider les échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale de De Noble, Jung et Ehrlich (1999) et de Mc Gee et al. (2009) dans un contexte de pays en développement (Cameroun) en suivant la méthodologie de validation transculturelle de questionnaires psychologiques proposée par Vallerand (1989). Si les résultats ne reproduisent pas exactement la même configuration des échelles originales, les propriétés psychométriques obtenues font admettre que l'auto-efficacité entrepreneuriale est un concept aussi bien opératoire dans un contexte culturel communautaire.

Mots clés : Théorie sociocognitive, auto-efficacité, validation transculturelle, culture communautaire.

Introduction

Facteur clé de l'agentivité humaine, l'auto-efficacité ou le sentiment de l'efficacité personnelle est « la croyance de l'individu en sa capacité d'organiser et d'exécuter la ligne de conduite requise pour produire des résultats souhaités » (Bandura, 2007 p.12) ; en d'autres termes, l'auto-efficacité est la croyance d'une personne en ses capacités à mobiliser les

efforts, les ressources cognitives, et les actions nécessaires pour répondre aux exigences d'une situation (Wood et Bandura, 1989). L'auto-efficacité influence presque tous les domaines de la vie : la décision de choix, la motivation, la persévérance face aux difficultés et à l'échec, la vulnérabilité au stress et à la dépression, la façon de penser de manière productive, dévalorisante, optimiste ou pessimiste (Bandura, 2007 ; Carré, 2004). Il n'est donc pas étonnant qu'elle soit utile à toutes les sciences sociales (Lecomte, 2004 ; Bandura, 2007 ; Wood et Bandura, 1989 ; Gist et Mitchell, 1992). Introduite dans la littérature entrepreneuriale au début des années 90 (Boyd et Vozikis, 1994 ; Scherer et al. 1989 ; Krueger et Brazeal, 1994), l'auto-efficacité entrepreneuriale mesure la croyance d'une personne en ses propres capacités à exécuter l'ensemble des activités entrepreneuriales nécessaires à la création d'une entreprise (Mc Gee et al, 2009). L'auto-efficacité entrepreneuriale est devenue un concept central pour expliquer, prédire le choix de carrière entrepreneuriale et la décision d'entreprendre.

Toutefois, ce construit très fécond pour expliquer les comportements entrepreneuriaux dans divers contextes, s'il ne souffre d'aucune compréhension intuitive et théorique, soulève néanmoins, certains problèmes d'opérationnalisation et de mesure lors des études empiriques. De nombreuses échelles de mesure, de qualités variables, existent dans la littérature entrepreneuriale (Chen, Grene et Cricks, 1998 ; Anna et al, 1999 ; De noble, Jung et Ehrlich, 1999 ; Zhao, Seibert et Hill, 2005 ; Chen, Gully et Eden, 2004 ; Mc Gee et al, 2009), mais tous ces instruments sont issus des travaux anglo-saxons. Il existe très peu ou pas du tout d'échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale conçues par les chercheurs francophone. Dans cette situation d'indisponibilité des échelles de mesure du concept, dans un contexte particulier, Vallerand (1989) et Brignier (1991) recommandent qu'il est plus judicieux de reprendre des échelles de mesure dûment expérimentées, réputées de bonne qualité, et de procéder à une validation transculturelle, plutôt que de créer ses propres instruments de mesure. L'avantage de cette option est qu'il évite la confusion inhérente à la création des instruments similaires pour mesurer le même concept dans des langues différentes. En outre, elle autorise les comparaisons internationales des résultats et permet de tester la validité externe des résultats des publications scientifiques anglophones dans les cultures francophones lorsque l'instrument de mesure existant est en anglais (Vallerand, 1989). L'objet de la présente recherche est donc de proposer une version française des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale, fiable et valide, adaptée au contexte de l'Afrique francophone et utilisable dans les économies en développement. Bien qu'on puisse trouver des versions françaises des échelles de mesure de l'auto-efficacité

entrepreneuriale dans les travaux francophones, reprises des travaux anglo-saxons, celles-ci ne sont parfois que de simples traductions, sans certitude sur leur procédure de validation. Or, compte tenu de l'influence de la culture sur la pratique des activités entrepreneuriales (Hayton, George et Zahra, 2002), une simple traduction des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale de l'anglais en français ne donne aucune indication sur la fiabilité et la validité de ces échelles dans la culture francophone (Vallerand, 1989). La validation des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans le contexte de l'Afrique francophone est d'autant cruciale que certains auteurs (Saporta et Kombou, 2000 ; Traoré 1990 ; Ponson, 1990 ; Kabou, 1991) estiment que la culture communautaire africaine, dans laquelle la forte emprise des liens d'appartenance au groupe social, la subordination des objectifs et des intérêts personnels à ceux du groupe, est peu compatible avec l'entrepreneur individualiste-bourgeois de Say ou l'entrepreneur innovateur schumpetérien qui ne s'épanouit réellement que dans les cultures individualistes de type occidental. A n'en pas douter, la dimension communautaire opposée à l'individualisme de la variable culturelle est l'un des déterminismes le plus fréquemment utilisé dans la littérature entrepreneuriale, pour expliquer la variation des activités entrepreneuriales dans le monde (Shane 1992 ; Mc Grath, MacMillan et Scheinbert, 1992 ; Tissen, 1997). L'hypothèse à la base de cette idée est que l'action individuelle, motivée par l'intérêt personnel, caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat, est réprimée dans les sociétés communautaires. Dans ces sociétés, croit-on, la subordination des objectifs et des intérêts personnels à ceux du groupe social d'appartenance enlève à l'individu toute capacité d'initiative. En outre, concept auto-référent, l'auto-efficacité s'inscrit dans la théorie de soi, par conséquent, elle est peu opératoire, selon François (2004), dans les contextes culturels qui n'accordent pas le primat à la recherche de l'intérêt individuel par l'action individuelle.

Ce travail, tente, d'abord, de montrer, en se fondant sur la théorie sociocognitive de laquelle dérive l'auto-efficacité, que celle-ci peut favoriser les réalisations des actions individuelles même dans les cultures communautaires ou collectivistes. Ensuite, il analyse et discute du choix des échelles de mesures de l'auto-efficacité entrepreneuriale qui feront l'objet de validation dans le contexte de l'Afrique francophone.

1 - L'action individuelle en contexte communautaire : une explication sociocognitive

La théorie sociocognitive inscrit le comportement humain au cœur d'une interaction tripolaire entre la personne, son environnement et son comportement. Selon cette conception, l'individu n'est pas un être passif dominé par les forces de son environnement, mais il est doté d'un pouvoir agentiel symbolique par lequel il peut contourner, voire infléchir les contraintes de l'environnement afin d'atteindre ses buts (1.1). La grande variabilité interculturelle, le rythme exponentiel des mutations technologiques et sociales actuelles démultiplient ce pouvoir agentiel par lequel les individus, et en particuliers les africains, déstructurent les rapports sociaux communautaires et poussent ceux-ci vers l'individualisation (1.2).

1.1 – Le pouvoir agentiel ou la capacité d'agir sur soi et sur son environnement

La théorie sociocognitive adopte une perspective d'action ou d'agentivité. L'agentivité est la capacité humaine à influencer intentionnellement ses actions et le cours de sa vie (Bandura, 2001 ; 2002 ; 2006 ; 2007). La théorie sociocognitive considère, contrairement aux thèses behavioristes et psychanalytiques, que l'individu, sujet social, ne se réduit pas à sa possibilité d'adaptation à son environnement social, en ce sens qu'il produirait des comportements adaptatifs par rapport aux stimuli de l'environnement, ni à une victime impuissante de ses pulsions internes, mais qu'il est un agent intentionnel, autoréflexif, proactif et autorégulateur quel que soit son contexte social (Bandura, 2001 ; 2006). Cette caractéristique de l'agentivité lui confère une capacité symbolique à transcender la dictature de son environnement (Bandura, 2001 ; 2006). La théorie sociocognitive récuse donc la vision unidirectionnelle du comportement humain des behavioristes, en faisant valoir que l'agentivité humaine s'opère au sein d'une « causalité triadique réciproque » impliquant les facteurs personnels internes, l'environnement et le comportement. Ces trois facteurs agissent en interaction et s'influencent réciproquement. Dans ce modèle triadique, le sujet social est à la fois le produit et le producteur de son environnement (Bandura, 2001 ; 2007). En effet, selon la théorie sociocognitive, les structures sociales ne sont pas le produit d'une génération spontanée, elles sont conçues par les acteurs sociaux pour organiser, guider et réguler les comportements individuels et collectifs ; elles sont donc susceptibles d'être modifiées par des actions individuelles, collectives ou par procuration (Bandura, 2001 ; 2002 ; 2006). Ces structures sociales imposent certes des contraintes, mais elles offrent également des opportunités au développement personnel et collectif. En tant que telles, ces structures sociales ne contraignent pas à des actes uniformes. Les interprétations des règles et des normes sociales, leur adoption, leur violation, voire l'opposition à leur égard laissent apparaître de fortes variations personnelles. Les individus efficaces savent donc se jouer de

ces règles et normes sociales pour saisir les opportunités qu'elles offrent, contourner ou modifier les contraintes qu'elles imposent à leurs actions (Bandura, 2007). En raison de la capacité du sujet social d'agir sur soi et sur son environnement, le déterminisme socioculturel n'implique pas la vision fataliste des culturalistes selon laquelle l'individu est otage des forces extérieures. Le comportement humain est co-déterminé par l'individu et par l'environnement et non par l'environnement seul (Bandura, 2007). C'est pourquoi, la théorie sociocognitive récuse le dualisme individualisme / collectivisme (Bandura, 2002 ; 2006) qui sert d'idéologème aux culturalistes pour faire valoir que la culture africaine est réfractaire à l'entrepreneuriat (Traoré, 1990 ; Kabou, 1991 ; Etounga-Manguélé, 1990).

1.2 – Le pouvoir agentiel et l'action individuelle en Afrique

Trois arguments essentiels sont utilisés par Bandura (2001 ; 2002 ; 2006 ; 2007) pour montrer que les trois modes d'action de la théorie sociocognitive : individuel, collectif et par procuration sont nécessaires aux sujets sociaux pour parvenir à leurs fins, quel que soit le contexte culturel : l'importance de l'efficacité de l'action individuelle dans l'action collective, la diversité culturelle et le dynamisme culturel.

1.2.1 – l'efficacité de l'action individuelle dans l'action collective

Le groupe, dans l'action collective, opère à travers l'action de ses membres. Ceux-ci agissent de concert sur la base des croyances partagées de l'efficacité de leurs efforts conjugués et non sur celles d'un groupe à l'esprit désincarné. Ce groupe ne constitue donc pas une entité émergente qui opère indépendamment des croyances et des actions des individus qui le composent (Bandura, 2001 ; 2002). Dans l'action collective, les objectifs du groupe, même dans les sociétés communautaires, n'ont pas moins besoin de l'efficacité des membres dans leurs rôles particuliers que ceux des sociétés individualistes. Plus encore, dans ces sociétés, la loyauté envers le groupe crée de fortes obligations personnelles à chaque membre de prendre sa part efficacement dans les objectifs poursuivis. Le membre est alors d'autant respecté que sa contribution personnelle aux réalisations du groupe est significative (Bandura, 2002 ; 2007). L'efficacité de l'action individuelle est donc indispensable à la réussite de l'action collective.

1.2.2 –la diversité culturelle et les possibilités de l'action individuelle en contexte collectiviste

Les regroupements culturels dichotomiques, du type masculinité/féminité individualisme/communautaire, issus des travaux de Hofstede (1987), qui servent d'explication à la variation des activités entrepreneuriales dans le monde (Shane, 1992 ; McGrath, McMillan et Scheinbert, 1992 ; Tissen ,1997) masquent une très grande diversité dans les systèmes culturels assignés à chaque groupe. De telle classification repose sur une hypothèse d'homogénéité discutable. Qu'y a-t-il vraiment de commun entre le collectivisme taïwanais ou coréen fondé sur le confucianisme ou le bouddhisme et celui du Pakistan qui prend racine sur l'islam ou celui du Kenya, de l'Ethiopie, basé sur l'éthique communautaire clanique ou tribale comme le laisse apparaître la classification de Hofstede (1987) ? Il n'existe pas en Afrique, comme dans d'autres continents, une culture africaine homogène et identique chez tous peuples. Les coutumes locales, les religions, l'expérience coloniale sont des facteurs

qui ont façonnés différemment les croyances et les comportements dans différentes régions d'Afrique (Kamdem, 2002). Malheureusement, faute de mieux, la plus part des recherches en entrepreneuriat sur la thématique utilise les dimensions culturelles de Hofstede (1987), dont les limites méthodologiques sont de plus en plus soulignées (Busenitz, Gomez et Spencer, 2000 ; Hayton, George et Zarha, 2002), pour expliquer les différences d'activités entrepreneuriales dans le monde.

Les dimensions culturelles de Hofstede (1987) conduisent à des analyses culturalistes délimitées par les frontières territoriales nationales et non par les orientations psychosociologiques et les coutumes sociales qui laisseraient apparaître les diversités intra-culturelles (Bandura, 2002). Cette focalisation sur les dimensions culturelles de Hofstede a fait ignorer des chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat les explications des fondements culturels de la réussite entrepreneuriale de certains groupes ethniques en Afrique comme les bamiléké au Cameroun (Warnier, 1993) ou les Ibo et les Yoruba au Nigeria (Labazée, 1995). Warnier (1993) en particulier montre comment les entrepreneurs bamiléké utilisent les répertoires de conduites et les institutions qu'offre le système social et culturel de leur société pour s'affranchir des pressions communautaires. Les cultures ne sont pas seulement hétérogènes, elles subissent également des transformations grâce aux emprunts culturels.

1.2.3 – le dynamisme culturel : vers une individualisation des rapports sociaux en Afrique

Les cultures ne sont pas des monolithes statiques immuables. Elles subissent des mutations et des transformations dues aux évolutions technologiques, aux interdépendances transnationales et aux forces du marché global qui restructurent les économies nationales et modifient profondément la vie politique et sociale nationale. Ces forces de marché sapent ou minent certaines valeurs culturelles qui n'entrent pas dans la logique du marché (Bandura, 2002). Ainsi, la solidarité communautaire africaine, longtemps glorifiée, résiste difficilement à l'épreuve du temps et aux contraintes nouvelles de l'innovation sociale (Kamdem, 2002). La globalisation croissante des sociétés actuelles, accélérée par l'évolution des technologies de la communication et l'immersion dans le monde virtuel créé par internet, homogénéise certains aspects de la vie sociale, polarise d'autres et nourrit l'hybridation culturelle. Cette hybridation change la vision de l'individu dans la société africaine. Si la conscience de soi, en tant qu'individu, a été jusqu'ici considérée comme une caractéristique dominante des sociétés occidentales, l'« émergence aujourd'hui en Afrique d'une catégorie sociologique, celle de l'individu en tant qu'être singulier actif, mobilisateur et vraiment décider à affirmer sa

différence dans la communauté (...) est une innovation fondamentale » (Kamdem, 2002). Au rythme des mutations technologiques et sociologiques, on assiste à une individualisation progressive des rapports sociaux en Afrique, reconnue par nombre d'auteurs (Kamto, 1993 ; Ponson 1990 ; Kamdem 2002), traduisant une volonté manifeste et active de développement des particularités propres à chaque individu, sans que cela aille nécessairement à l'encontre de l'intérêt collectif. Leinhardt (1985) souligne, d'ailleurs, que même dans certaines sociétés traditionnelles de l'Afrique de l'ouest on trouve des formes d'attitudes reflétant la démarcation entre l'individu et le groupe. Selon Dupuis (1990) la conscience de soi est conceptualisée dans toutes les cultures, ce qui varie d'une culture à l'autre c'est la forme que prendra cette conceptualisation. Sans cette conscience de soi, même dans les cultures collectivistes, les gens seraient très vite submergés par les difficultés dans leur tentative de changer leur vie, pour le meilleur, par un effort collectif (Bandura, 2002).

La théorie sociocognitive fournit un cadre applicable à la fois au contexte culturel individualiste et collectiviste grâce à sa conception étendue de l'agentivité humaine. Celle-ci est exercée, dans toutes les sociétés, suivant les exigences, individuellement, collectivement ou par procuration. Cette théorie a permis de montrer que l'exercice de l'agentivité individuelle n'est pas propre aux sociétés individualistes, il est possible et même indispensable dans les sociétés collectivistes pour l'efficacité de l'action collective. Par conséquent la vie communautaire africaine ne s'oppose pas à l'action individuelle comme le laisse croire les thèses culturalistes. « L'interdépendance n'efface pas le soi personnel, les conceptions de soi incarnent à la fois les facettes personnelles et collectives » (Bandura, 2007 p.54). Il y a des collectivistes dans les sociétés de culture individualiste tout comme il y a des individualistes dans les sociétés de culture collectiviste (Bandura, 2001)

Parmi les mécanismes d'agentivité personnelle le plus important et le plus répandu est la croyance à l'auto-efficacité ou l'efficacité personnelle. Elle est le fondement de l'agentivité humaine par ce qu'elle occupe un rôle pivot dans la structure causale de la théorie sociocognitive. L'auto-efficacité est à la base du choix des défis que les individus décident de relever, des efforts à fournir, de la persévérance face aux obstacles, aux échecs et surtout elle façonne le cours de la vie en influençant le choix du type d'activité à exercer (Betz et Hackett, 1986 ; Bandura 2007). Il importe donc de valider ce construit dans un contexte de culture collectiviste à l'instar de celui de l'Afrique francophone et en particulier du Cameroun, afin d'enrichir la recherche en entrepreneuriat dans ce contexte.

2 – Choix des échelles de mesure de l’auto-efficacité entrepreneuriale

L’importance de l’auto-efficacité dans l’action individuelle et collective a suscité beaucoup d’intérêt dans l’explication et la prédiction des comportements entrepreneuriaux (St- Jean et Mathieu, 2011 ; Zhao, Seibert et Hills, 2005 ; Barbosa, Gerhardt et Kickul, 2007 ; Kickul et al. 2009 ; Luthans et Ibrayeva, 2002 ; Tremblay et Jacquemin, 2013 ; Brunel, Laviolette, Lefebvre, 2014 ; Shinnar, Hsu, Powell, 2014). La littérature propose plusieurs échelles de mesure de l’auto-efficacité entrepreneuriale de qualité très variable (Chen Grene et Cricks, 1998 ; Anna et al, 1999 ; De noble, Jung et Ehrlich, 1999 ; Zhao, Seibert et Hill, 2005 ; Chen, Gully et Eden, 2004 ; Mueller et Goic, 2003 ; Mc Gee et al, 2009). Celles qui font l’objet de validation dans cette étude ont été choisies sur la base de deux critères fondamentaux caractéristiques de l’auto-efficacité telle que conçue par l’inventeur de ce concept : la spécificité et la multidimensionalité. En effet, dans la conceptualisation de Bandura (1977 ; 2007), l’auto-efficacité se réfère aux différentes tâches spécifiques d’un domaine d’activité bien précis, elle ne saurait être mesurée par des échelles générales ou globales comme le suggèrent Chen, Gully et Eden (2004), Markman, Balkin et Baron (2005). Selon Bandura (2007), l’auto-efficacité mesurée sur un domaine spécifique à un pouvoir explicatif et prédictif du comportement dans ce domaine très élevé par rapport à l’auto-efficacité générale qui souffre d’imprécision et de non adéquation vis-à-vis du domaine de fonctionnement étudié. Plus l’on spécifie les tâches du domaine d’activité étudié, meilleur est le rôle prédictif que l’auto-efficacité est susceptible de jouer dans la recherche.

Dans sa conceptualisation, l’auto-efficacité est également un construit multidimensionnel. Les recherches empiriques qui se limite à une seule dimension (Zhao, Seibert et Hill, 2005 ; Beyley et Tan, 2001 ; Wilson, Kickul et Marlino, 2007), voire à un seul item (Boissin, Chollet et Emin, 2009 ; Giacomini et al, 2010), violent le caractère multidimensionnel du système de croyance d’auto-efficacité, affaiblissent sa valeur prédictive et remettent en cause la pertinence de sa mesure pour l’efficacité personnelle du contrôle et de l’action, (Bandura, 2007). Nous avons donc choisi des échelles de mesure conformes aux points de vue de Bandura, celles de De Noble, Jung et Ehrlich (1999) et de Mc Gee et al. (2009). En outre, ce sont des instruments de mesure dont les propriétés psychométriques ont été vérifiées et qui ont été repris dans de nombreuses études (Kolvereid et Isaksen, 2006 ; St-Jean et Mathieu, 2011 ; Barbosa, Gerhardt et Kickul, 2007 ; St-Jean ; Tremblay et Jacquemin, 2013 ; Brunel, Laviolette, Lefebvre, 2014).

Nous avons combiné les deux échelles parce qu’elles nous semblent complémentaires. La dimension planification, par exemple, pourtant reconnue comme une activité importante

du processus entrepreneurial est absente dans l'échelle de De Noble, Jung et Ehrlich (1999) tout comme la vision (Verstraete, 1999 ; Fillion, 1991) et la capacité à faire face aux défis entrepreneuriaux ne figurent pas dans les échelles de mesure de Mc Gee et al. (2009). Nous avons également introduit deux items pour saisir la confiance des individus de notre échantillon en leur capacité à surmonter les obstacles administratifs à la création d'entreprise et à trouver les ressources technologiques. En effet, si les procédures administratives ne constituent pas un frein aux activités entrepreneuriales dans les pays occidentaux, les lourdeurs et tracasseries administratives sont régulièrement pointées comme des difficultés majeures à la création d'entreprise au Cameroun qui a occupé en 2016, 166^{ième} rang sur 190 au classement « Doing Business » de la Banque Mondiale. Ces difficultés peuvent donc heurter la décision d'engagement des individus qui se sentent moins efficace à y faire face. De même, la pauvreté de l'environnement technologie fait du choix et de l'acquisition des ressources technologiques un réel défi.

Au total 38 items mesurant la confiance des individus de notre échantillon en leurs capacités à réaliser les tâches nécessaires à la création d'entreprise ont été soumis à une validation transculturelle.

3 – Procédure de validation transculturelle des échelles de mesure de l'auto-efficacité

Nous avons adopté la procédure de validation transculturelle de questionnaires psychologiques proposée par Vallerand (1989). Elle comporte plusieurs niveaux d'études, chacun avec sa méthodologie spécifique : la préparation de la version préliminaire du questionnaire, l'évaluation de la version préliminaire, le pré-test du questionnaire, l'évaluation de la validité concomitante et de contenu, le développement de la version camerounaise de l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'évaluation de la validité de cette version.

Nous allons suivre ces différentes étapes en précisant à chaque étape la méthodologie spécifique et les résultats obtenus.

3.1 - Préparation et évaluation de la version préliminaire du questionnaire

L'objectif de cette première étape est de préparer la version traduite en langue française des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Selon vallerand (1989), l'une des techniques de traduction idéale d'un instrument de mesure psychologique est celle du back-translation ou la rétro-traduction. Dans cette optique, nous avons eu recours à deux

étudiants en master Management et Stratégie de l'Université de Yaoundé II, parfaitement bilingues, qui ignoraient les versions originales des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale utilisées. Toutefois, ces étudiants ont dans leur cursus universitaire un cours sur l'entrepreneuriat. Le premier, dont la première langue est le français, a traduit la version originale de ces échelles de l'anglais en français, et le second, dont la première langue est l'anglais, a traduit cette version française en anglais. Cette version préliminaire a fait l'objet d'une évaluation, par un comité suivant les préconisations de Vallerand (1989). Ce comité d'évaluation était constitué des deux chercheurs et des deux traducteurs. Le travail consistait à comparer la version anglaise rétro-traduite à la version originale. Si la traduction d'un item était jugée insatisfaisante, les membres du comité examinaient la version française afin de s'assurer de sa bonne traduction de la langue source (anglais) à la langue cible (français). Si le désaccord persistait le comité faisait recours au dictionnaire Harrap's. Tous les items ont ainsi été passés en revue et à l'issue de la discussion une version expérimentale du questionnaire a été adoptée.

3.2 - Pré-test du questionnaire expérimental

Cette version expérimentale du questionnaire a été pré-testée auprès d'un échantillon de 10 étudiants de Licence Sciences de Gestion de l'Université de Yaoundé II ; six garçons, quatre filles dont la moyenne d'âge est de 22,3 ans avec un écart-type 2,40. Ces étudiants ont rempli, sans difficulté majeure, en une vingtaine de minutes, cette version expérimentale qui comprenait, outre les échelles de l'auto-efficacité entrepreneuriale, les échelles de mesure du genre, les questions sur les perspectives d'emploi, les intentions entrepreneuriales des étudiants et leur profil sociodémographique. De l'avis de ces étudiants, le questionnaire ne présentait aucune ambiguïté et son renseignement était aisé. Aucune modification majeure n'a été apportée à cette version expérimentale du questionnaire.

En définitive, ce questionnaire demandait à l'étudiant d'évaluer sur une échelle de 5 points allant de « je n'ai aucune confiance en mes capacités » à « j'ai très confiance en mes capacités », le niveau de sa confiance en ses capacités à réaliser les tâches nécessaires à la création d'entreprise. Cette version définitive du questionnaire a été soumise au test de validité concomitante et de contenu.

3.3 - Validité concomitante et de contenu.

Dans la traduction des instruments de mesure psychologique, la validité concomitante et de contenu de la version traduite du questionnaire est obtenue si celle-ci est fortement corrélée à la version originale (Vallerand, 1989).

Pour démontrer cette validité nous avons eu recours à 13 sujets parfaitement bilingues, 6 filles, 7 garçons de Master en Sciences de Gestion, dont la moyenne d'âge est de 21,3 ans et d'écart-type 1,37 ans. Ces individus ont rempli successivement la version traduite (française) et la version originale (anglaise) des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale. La version française était immédiatement collectée après renseignement afin d'éviter la comparaison des réponses.

Le coefficient de corrélation entre les deux versions d'échelles de mesure est de 0,88 ; $p < 0,01$. Ce résultat révèle une forte similarité entre les deux versions de l'auto-efficacité entrepreneuriale et confère donc la validité de contenu et concomitante à la version française. Celle-ci servira à l'analyse factorielle exploratoire et confirmatoire de la version camerounaise de l'auto-efficacité entrepreneuriale.

3.4 – analyse factorielle exploratoire (afe) et fiabilité des échelles de mesure

L'objectif recherché dans cette étape du développement de la version camerounaise des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale est de purifier nos données, rechercher la structure factorielle de celles-ci et mesurer la fiabilité des échelles de mesure retenues. Pour cette quatrième étape de l'étude, une enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de 300 étudiants de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion et de la Faculté de Sciences juridiques et politiques de l'Université de Yaoundé II. Cet échantillon est composé de 148 hommes et 147 femmes (5 individus n'ont pas répondu à cette question) dont l'âge moyen est de 24,29 ans avec un écart-type de 2,91. 77 % des individus de cet échantillon font une formation en gestion, 17,5 % en économie et 5,5 % en sciences juridiques. 54 % sont en master et 46 % sont de niveau 3 de licence. 54 % n'ont aucune expérience professionnelle ; pour ceux qui en ont, il s'agit très souvent des stages de vacance puisque la durée moyenne de cette expérience est de 7,1 mois.

Après avoir vérifié que les conditions de factorisation de nos données sont toutes acceptables, la première factorisation indique une convergence du critère de Kaiser et de « sree test » de Cattell pour quatre facteurs. Toutefois, compte tenu de la répartition des poids

factoriels des items sur ces facteurs, nous avons décidé : 1) de retenir que les items dont le poids factoriel est supérieur ou égal à 40 % ; 2) d'éliminer ceux qui sont corrélés à plusieurs facteurs avec poids factoriels de plus de 40 %. Sous ces conditions, 8 items ont été retirés de l'analyse et une deuxième factorisation a été effectuée sur les 30 items restants. Après rotation varimax et avec les mêmes critères d'extraction des facteurs, cinq items ont été retiré de l'analyse parce qu'ils n'étaient corrélés à aucun facteur à plus de 40 %. Les quatre facteurs retenus expliquent au total 45,3 % de variance. La dénomination de ces axes, les valeurs propres, la variance expliquée par axe et l'alpha de Cronbach mesurant la fiabilité des échelles de mesure sont données dans le tableau 1.

Tableau 1 : résultat de l'analyse factorielle exploratoire (afe)

Items		Facteurs			
		Recherche/planification	Opportunité	Vision et relations	Défi et financement
1	Trouver les équipements et les machines nécessaires à ton entreprise	0,65			
2	Effectuer les formalités administratives liées à la création entreprise	0,57			
3	Découvrir de nouveaux moyens pour améliorer les produits existants	0,56			
4	Gérer les flux de trésorerie générés par ta nouvelle entreprise	0,55			
5	Concevoir des produits qui peuvent résoudre des problèmes	0,55			
6	Concevoir le bilan prévisionnel et résultat prévisionnel de l'entreprise	0,54			
7	Persévérer face aux difficultés engendrées par ton entreprise	0,53			
8	Trouver des personnes et des organismes compétents pour t'aider	0,48			
9	Estimer les fonds d'investissement nécessaires pour créer l'entreprise	0,40			
10	Inspirer, encourager et motiver les employés	0,40			
11	Introduire un concept de produit sur le marché au moment opportun		0,58		
12	Concevoir une campagne publicitaire efficace pour un nouveau produit		0,48		
13	Déterminer un prix concurrentiel pour un nouveau produit		0,48		
14	Identifier les besoins pour les nouveaux produits de ton entreprise		0,47		
15	Estimer la demande pour un nouveau produit ou service de l'entreprise		0,45		
16	Développer et maintenir les relations avec les investisseurs			0,56	
17	Articuler la vision et les valeurs de ton entreprise			0,55	
18	Déterminer à quoi va ressembler ton entreprise dans le futur			0,54	
19	Organiser, enregistrer et conserver les états financiers de ton entreprise			0,53	
20	Inspirer d'autres gens à partager la vision et les valeurs de l'entreprise				
21	Tolérer les changements inattendus dans les environnements				0,50
22	Prendre les risques calculés pour ton entreprise				0,46
23	Expliquer par écrit ou verbalement l'idée de ton entreprise				0,45
24	Convaincre les amis et les membres de ta famille à investir				0,44

25	Identifier les individus ayant le capital nécessaire au financement				0,44 0,42
	Valeurs propres	8,84	1,78	1,65	1,30
	% de variance expliquée	29,5	5,94	5,50	4,37
	Alpha de Cronbach	0,85	0,70	0,73	0,68

Au total, l'analyse a fait émerger 4 structures factorielles de nos données. Le premier facteur regroupe les items relatifs à la capacité des étudiants à réaliser les tâches de recherche de ressources et de planification des activités nécessaires à la création d'entreprise, le second facteur est formé essentiellement des tâches liées à l'identification et à l'évaluation de l'opportunité d'affaire, le troisième facteur est composé des items ayant trait à la vision, c'est-à-dire la capacité à développer la représentation mentale future de l'entreprise et les relations d'affaire. Enfin, le dernier facteur regroupe les items ayant trait à la capacité des étudiants à faire face aux défis engendrés par la création d'entreprise et à son financement. Nous retrouvons ici, regroupée en quatre facteurs, l'essentielle des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale proposée par De Noble et al. (1999) en six structures factorielles avec un chevauchement de certaines dimensions des échelles de Mc Gee (2009). D'autres études (Kolvereid et Isaken, 2006 ; Barbosa, Gerhart et Kickul, 2007) ayant repris les échelles de De Noble, Jung et Ehrlich (1999) ont également trouvé quatre structures factorielles sauf qu'à la différence de notre étude le premier facteur de ces études regroupe les items d'identification de l'opportunité qui constitue bien la première étape du processus entrepreneurial.

Le niveau de fiabilité de ces échelles de mesure est acceptable, puisque les alphas de Cronbach des trois premiers facteurs sont tous supérieurs au seuil généralement acceptable (0,7) et le niveau de fiabilité du quatrième facteur est très proche de ce seuil (0,688).

Ces quatre facteurs constituant les variables latentes de l'auto-efficacité entrepreneuriale mesurées par les 25 items retenus, ont subi le test de validité de construit à l'aide de l'analyse factorielle confirmatoire (afc).

3.5- Analyse de la validité du construit.

L'analyse de la validité du construit revient à vérifier que les items mesurant la même chose convergent et se distinguent des items mesurant les phénomènes différents. Elle est donc satisfaite lorsqu'il y a validité convergente et validité discriminante. Dans le cadre d'une validation transculturelle d'un concept, la validité de construit est complétée par l'étude des effets ou de corrélats (Vallerand, 1989). La validité de construit est vérifiée au moyen de l'analyse confirmatoire (afc).

Pour notre étude, l'afc a été réalisée, à l'aide du module Graphics du logiciel Amos 20, sur un échantillon de 346 étudiants de l'université de Yaoundé II. Cet échantillon est composé de 187 hommes et 156 femmes, dont l'âge moyen est de 24,03 avec un écart-type de 2,63. 62 % de ces individus ont une formation en gestion, 16 % une formation en économie et 22 % sont des juristes. 55 % sont en master et 45% ont le niveau de 3^{ième} année de licence. 62 % n'ont aucune expérience professionnelle. Cette expérience, pour ceux qui en ont une, est très souvent un stage de vacance puisque la durée moyenne de l'expérience professionnelle de l'échantillon est de 6,8 mois.

Nous voulons maintenant vérifier si la structure factorielle issue de l'afe, considérée comme modèle théorique, s'ajuste adéquatement aux données observées (Bacher, 1999 ; Roussel et al. 2002). L'analyse factorielle confirmatoire fournit une batterie d'indices permettant de juger la qualité de cet ajustement. Ceux retenus pour notre analyse sont regroupés dans le tableau 2 avec les seuils communément admis. La méthode d'estimation choisie pour tester le modèle est celle du maximum de vraisemblable.

L'afc est un processus itératif. Bien que la première analyse fasse apparaître la valeur de certains indices d'ajustement proche du seuil acceptable, l'examen des indices de modification suggère une amélioration de la qualité d'ajustement du modèle si on ajoutait trois corrélations entre certaines erreurs de mesures (figure 1). Ces corrélations sont justifiées puisque les items concernés sont liés au même facteur.

Tableau 2 : principaux indices d'ajustement

modèles	Indices d'ajustement						
	χ^2 faible	χ^2/ddl < 2	AGFI/GFI > 0,90	RMSEA $\leq 0,05$	CFI > 0,90	NFI > 0,90	ECVI/CAIC < modèle saturé
Modèle 1 ^{er} ordre	559	2,10	0,85/ 0,88	0,05	0,89	0,82	1,96/963,66 ¹
Modèle 2 ^{ème} ordre	560	2,09	0,85/0,88	0,05	0,9	0,82	1,95/950,78

Il en ressort que ce modèle modifié s'ajuste mieux aux données. Bien que le khi-deux, par exemple, soit toujours significatif, sa valeur est plus faible ($\chi^2 = 559$; $ddl = 266$, $p < 0,01$) que celle du modèle non modifié ($\chi^2 = 632$; $ddl = 269$, $p < 0,01$). De même, la valeur du khi-deux relatif du modèle modifié (2,10) est plus proche de la valeur seuil par rapport à celui du modèle non modifié ($\chi^2/ddl = 2,35$). Les autres indices d'ajustement sont également plus proches des seuils acceptables (tableau 2) sauf l'indice incrémental NFI. Ces indices d'ajustements sont meilleurs que ceux de De Noble, Jung et Ehrich (1999), mais de moindre qualité que ceux de Mc Gee (2009).

Le graphique n°1 montre que les poids factoriels des variables manifestes sur les variables latentes (de 0,35 à 0,67), sont satisfaisants. Si le test t de student associé à chacune de ces contributions factorielles est très significatif ($p < 0,01$) et les valeurs de ces t largement supérieures au seuil exigé (1,96), traduisant ainsi une bonne validité convergente, aucune valeur de la variance expliquée des quatre dimensions du modèle n'atteint le seuil de 50 % exigé (les rhôs de validité convergente sont respectivement de 34 %, 30 %, à 42 % et 25 %).

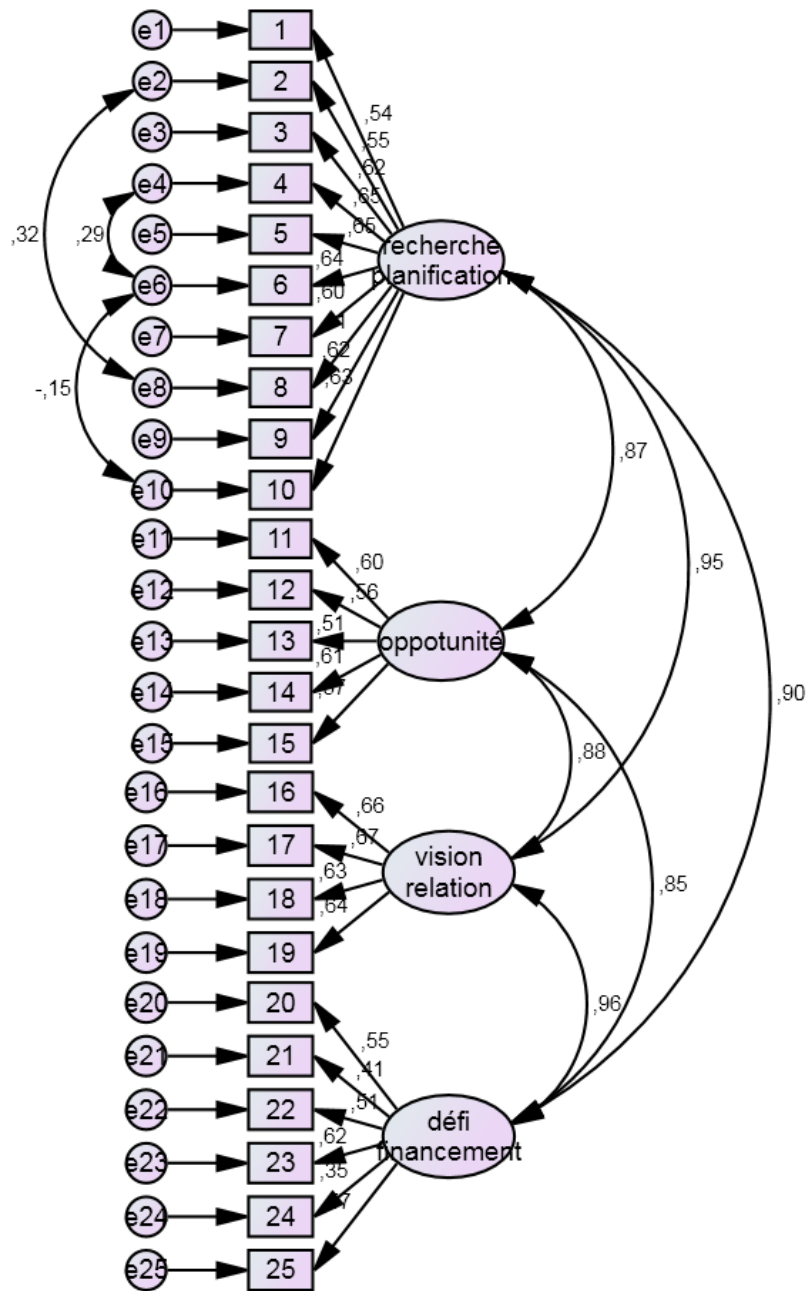
En phase d'analyse confirmatoire du développement des échelles de mesure, le coefficient rhô de Jöreskog est privilégié pour mesurer la fiabilité de la cohérence interne des échelles. Ce coefficient s'interprète comme celui de Cronbach. Dans cet esprit, les niveaux de fiabilité de nos échelles ne sont pas entièrement satisfaisants, puisque seule la première dimension et la troisième dimension du modèle ont une valeur rhô (0,83 et 0,74 respectivement) supérieure à 0,7. La valeur de ce coefficient est respectivement de 0,68 et 0,65 pour la deuxième et la quatrième dimension.

Les indices d'ajustement confirment une structure à quatre dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale mais avec les niveaux de variance expliquée faibles et de fiabilité

¹ Valeur modèle saturé modèle 1^{er} ordre : ECVI = 1,884 ; CAIC = 222,56

pas très acceptables pour toutes les dimensions. Toutefois, les fortes corrélations entre les variables latentes (de 0,85 à 0,96), témoignent d'un chevauchement entre ces variables, et par conséquent, soulignent la nécessité de procéder à une analyse factorielle confirmatoire de second degré sur le concept agrégé de l'auto-efficacité entrepreneuriale (Roussel et al. 2002).

Graphique 1 : résultats de l'analyse factorielle de 1^{er} ordre sur l'auto-efficacité entrepreneuriale



L'analyse factorielle confirmatoire de second ordre est réalisée sur la base des résultats l'afc de premier ordre. Nous considérons que les quatre facteurs latents de premier-ordre à savoir : l'auto-efficacité à la recherche des ressources et à la planification, l'auto-efficacité à l'identification et l'évaluation des opportunités entrepreneuriales, l'auto-efficacité au

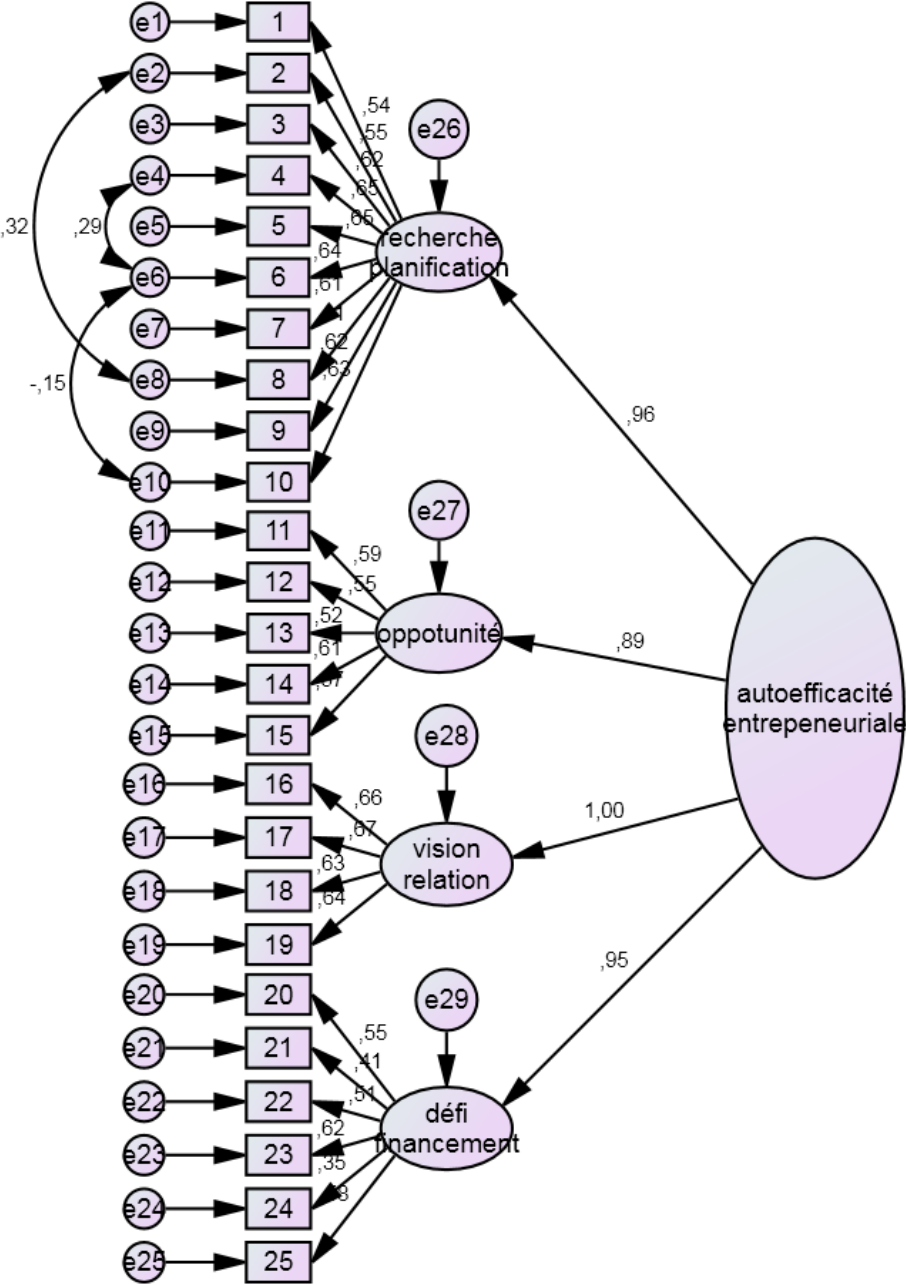
développement d'une vision entrepreneuriale et les relations avec les partenaires et l'auto-efficacité à faire face aux défis entrepreneuriales et aux financements constituent les indicateurs de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale globale. La figure 2 donne les résultats de cette analyse.

L'observation (tableau 2) des indices d'ajustement issue de cette analyse, après ré-spécification du modèle suggérée par les indices de modification, révèle que ceux-ci sont tous acceptables et se situent quasiment au même niveau que ceux du premier ordre avec parfois une légère amélioration de certains de ces indices. Ce modèle de second ordre s'ajuste donc adéquatement à nos données et légèrement mieux que le modèle de premier ordre. Le ρ de Jöreskog mesurant la fiabilité des échelles de mesure du construit agrégé de l'auto-efficacité entrepreneuriale donne une valeur excellente de 0,96. Les contributions factorielles liant l'auto-efficacité agrégée à ses dimensions de premier-ordre sont toutes significatives ($t > 1,96$; $p < 0,01$) et le coefficient ρ de validité convergente représentant la moyenne des variances entre le construit agrégé et ses mesures est égal à 0,92, largement supérieur au seuil préconisé de 0,50. La validité convergente du construit d'auto-efficacité entrepreneuriale agrégée est donc vérifiée.

Le niveau des indices d'ajustement, la significativité des contributions factorielles, la variance expliquée des construits et la fiabilité des échelles de mesure obtenues des analyses factorielles confirmatoires de second ordre nous autorise à admettre la validité convergente et discriminante du construit d'auto-efficacité entrepreneuriale en contexte camerounais.

Ce concept est d'un niveau d'abstraction élevé, puisqu'il est un facteur latent mesuré par des facteurs latents et non directement par des indicateurs observés.

Graphique 2 : résultats de l'analyse factorielle de second ordre sur l'auto-efficacité entrepreneuriale



La dernière étape d'analyse de la validité de construit porte sur les conséquences ou corrélats du construit (Vallerand, 1989). Il s'agit d'évaluer si l'instrument servant à mesurer le construit produit les effets conformes aux hypothèses de la théorie.

S'appuyant sur la théorie du comportement planifié, pour laquelle Ajzen (1991) souligne qu'il est redevable à l'égard de Bandura, les chercheurs (Kruerger et al, 2000 ; Boissin, Cholet, et Emin, 2009, Kolv Reid et Isenken, 2006 ; Barbosa et Gerhardt et Kickul, 2007) tentent de valider l'hypothèse selon laquelle l'auto-efficacité est un facteur explicatif et prédictif de l'intention entrepreneuriale et par conséquent de l'action entrepreneuriale. C'est pourquoi, nous avons adopté cette hypothèse pour l'étude des corrélats de construit. La régression multiple, dans laquelle l'intention joue le rôle de variable dépendante, a été utilisée pour vérifier cette hypothèse. Les échelles de mesure de cette variable ont été tirées des travaux de Liñan et al. (2011). Ces échelles sont formées de 6 items mesurant sur une échelle de 7 points allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord » l'intention des étudiants de créer leur entreprise. Le niveau de fiabilité de ces échelles est satisfaisant ($\alpha = 0,83$). Le résultat de la régression multiple révèle que dans l'ensemble l'auto-efficacité explique 20 % des intentions entrepreneuriales des étudiants et le test de Fisher est très significatif ($p < 0,01$). Ce résultat est semblable à celui de l'étude de Boissin, Cholet et Emin (2009) dans laquelle à côté d'autres variables l'auto-efficacité explique 20 % de variance des intentions. La contribution des différentes dimensions de l'auto-efficacité à l'explication de l'intention est positive et significative. Le facteur le plus contributif est le quatrième facteur (défi et financement, $\beta = 0,29$; $p < 0,01$), ensuite le premier facteur ($\beta = 0,17$; $p < 0,01$), le deuxième facteur ($\beta = 0,15$; $p < 0,01$) et le troisième facteur ($\beta = 0,12$; $p < 0,05$). L'hypothèse selon laquelle l'auto-efficacité est un déterminant de l'intention entrepreneuriale est donc vérifiée. Nous admettons donc que ce construit produit les effets conformes à la théorie et conforte la validité du construit dans le contexte camerounais.

La version camerounaise de l'auto-efficacité entrepreneuriale ayant démontré les propriétés psychométriques adéquates concernant la fidélité et les trois types de validité (validité concomitante, de contenu et de construit) peut être utilisée comme instrument de mesure dans les recherches.

Discussion et conclusion

Le réductionnisme économique et sociologique a donné une figure évasive de l'entrepreneur en économie et en sociologie (Brechet, Schieb-Bienfait, Desreumaux, 2009) et a conduit également à admettre que l'entrepreneur est un héros, solitaire, démiurge (Mustar,

1994) ne pouvant s'épanouir réellement que dans un contexte culturel individualiste. Tout comme Brechet, Schieb-Bienfait et Desreumaux (2009) ont proposé la théorie d'action collective pour montrer la nature fondamentalement individuelle et collective de l'entrepreneuriat, nous avons adopté dans ce travail la perspective d'action ou d'agentivité de la théorie sociocognitive de Bandura (2001, 2002, 2006, 2007) pour montrer que les normes et les structures sociales des sociétés collectivistes ou communautaires ne s'opposent pas fondamentalement à l'action individuelle. Dans ces sociétés, les individus efficaces, à l'instar de ceux des sociétés plus individualistes, savent contourner voire modifier les contraintes sociales que ces sociétés imposent à leur actions pour saisir les opportunités qu'elles offrent. Pour tester cette théorie nous avons essayé de valider le construit d'auto-efficacité entrepreneuriale dans un contexte socioculturel communautaire d'Afrique francophone, en l'occurrence le Cameroun. En effet, selon Bandura, la croyance à l'efficacité personnelle est le fondement de l'agentivité humaine et le concept clé de la structure causale de la théorie sociocognitive. Elle est largement utilisée dans la littérature entrepreneuriale anglo-saxonne : tantôt comme variable dépendante, tantôt comme variable indépendante, modératrice ou médiatrice pour comprendre le choix de la carrière entrepreneuriale, prédire l'intention et l'action entrepreneuriale, voire le résultat de cette action. Ce construit, central en entrepreneuriat aujourd'hui, a jusqu'ici reçu peu d'attention dans le contexte culturel communautaire d'Afrique francophone. Nous avons voulu le valider dans cet espace pour qu'il y serve désormais d'instrument de recherche. Pour ce faire, au lieu de créer nos propres instruments de mesure, nous avons, suivant les recommandations de Vallerand (1989) et de Brignier (1991), repris en les combinant les échelles de Mc Gee et al. (2009) et De Noble, Erlich et Jung (1999). 38 items d'échelle de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale ont ainsi subi la procédure de validation transculturelle des échelles de mesure psychologique proposée par Vallerand (1989).

Les résultats révèlent que la validité concomitante et de contenu est vérifiée, attestant ainsi la bonne traduction des items de l'anglais en français et donc de la quasi équivalence des deux versions des échelles. L'analyse factorielle exploratoire a permis de retenir 25 items répartis sur quatre axes factoriels. Ce résultat est différent de ceux de Mc Gee et al. (2009) (cinq axes) et de De Noble, Erlich et Jung (1999) (six axes), mais proche de ceux de Barbosa, Gerhart et Kickul (2007), Mueller et Conway-Dato-on (2008). Toutefois, à la différence de ceux-ci notre premier axe décrit la croyance d'efficacité personnelle des étudiants en leur capacité à collecter les ressources et à planifier les activités entrepreneuriales et non l'identification de l'opportunité qui constitue plutôt notre second axe. En outre, on note

dans nos résultats un certain chevauchement des axes factoriels obtenus par De Noble, Erlich et Jung (1999). Trois raisons principales peuvent expliquer ces différences :

Etant une des premières études sur l'auto-efficacité entrepreneuriale dans notre contexte, notre souci d'avoir un pool d'items assez large des tâches entrepreneuriales au départ nous a conduits à combiner deux échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale jugées complémentaires ; combinaison qui ne facilite pas toujours la comparaison des résultats obtenus.

Barbosa, Gerhardt et Kickull (2007), Kickul et al. (2009) ont montré que la pensée intuitive est plus utilisée à la première phase du processus entrepreneurial, celle de la recherche de l'opportunité. Or à l'université, les étudiants sont plus formés à faire usage de la pensée analytique que de la pensée intuitive ; il se pourrait donc qu'ils aient plus confiance à leur efficacité personnelle pour les tâches de recherche des ressources et de planification qui font plus appel à la pensée analytique qu'intuitive.

Le rapport 2015/2016 du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) place le Cameroun au 7^{ième} rang sur 60 pays classés en fonction du taux d'activité entrepreneuriale. Cette position enviable serait très satisfaisante s'il ne s'agissait plus d'un entrepreneuriat de nécessité (15^{ième} rang) qu'un entrepreneuriat d'opportunité (51^{ième}). Le premier type est un entrepreneuriat subi (Fayolle et Nakara 2010 ; Fayolle 2010), poussé par la nécessité de survie pour lequel il suffit d'avoir un minimum de ressources pour lancer une activité génératrice de revenu ; il est différent de l'entrepreneuriat d'opportunité dont les principaux facteurs motivationnels sont l'autonomie, l'indépendance, le défi ou la reconnaissance sociale. Forme dominante de l'entrepreneuriat au Cameroun, il est possible que les étudiants fassent plus référence à l'entrepreneuriat de nécessité qu'à l'entrepreneuriat d'opportunité dont l'identification de l'opportunité conditionne la suite du processus. Dans l'entrepreneuriat de nécessité ce sont les ressources disponibles qui conditionnent le type et l'envergure de l'opportunité à rechercher et à exploiter.

Néanmoins, en dépit de ces différences avec les résultats antérieurs, les quatre dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale de notre étude révèlent une bonne cohérence interne et l'analyse de la validité du construit a été poursuivie.

Les résultats de l'analyse factorielle confirmatoire sur un nouvel échantillon ont montré que le modèle d'auto-efficacité entrepreneuriale à quatre facteurs issue de l'analyse factorielle exploratoire, considéré comme modèle théorique, s'ajuste adéquatement à nos données, puisque presque tous les indices d'ajustement se situent à un niveau acceptable avec des contributions factorielles largement au-dessus du seuil requis. Mais ce modèle de mesure de

premier ordre présente de médiocres indices de variance expliquée des construits et un niveau de fiabilité de cohérence interne non satisfaisant pour tous les facteurs du modèle. Toutefois, de fortes corrélations entre ces facteurs latents du modèle de premier ordre nous a conduit à mener l'analyse factorielle confirmatoire de second ordre en considérant les quatre facteurs latents comme des indicateurs de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Les résultats montrent que les indices d'ajustement se situent presque au même niveau que dans le modèle de premier ordre avec de légères améliorations pour certains de ces indices. En outre, les coefficients de variance expliquée du construit et de fiabilité de cohérence interne se situent cette fois largement au-dessus des seuils acceptables. Ces résultats, satisfaisants, permettent de dire que le modèle de second ordre est meilleur que celui de premier ordre et de conclure à une validité convergente et discriminante de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Ce résultat de l'afc de second ordre nous autorise à considérer que l'auto-efficacité entrepreneuriale est un concept d'un niveau d'abstraction très élevé, puisque les indicateurs directs de sa mesure ne sont pas des variables directement observables mais des variables latentes qui sont également des concepts. Ce raisonnement est cohérent avec la théorie ; en effet, dans la littérature entrepreneuriale les notions de vision, planification et d'opportunité sont des concepts théoriques suffisants en eux-mêmes donnant lieu à de larges débats théoriques (Verstraete 1999 ; Filion 1989). Mc Gee et al. (2009) ont mené cette analyse de second ordre sur leurs données, mais ont abandonné ce modèle alternatif au profit du modèle de premier ordre, en raison de l'écart élevé entre les khi-deux des deux modèles. Cet indice d'ajustement a quasiment la même valeur dans les deux modèles de notre étude.

L'étude des effets ou corrélats a montré que les quatre dimensions de l'auto-efficacité entrepreneuriale expliquent 20 % environ des intentions entrepreneuriales des étudiants avec une contribution significative de chaque dimension. Ce résultat montre que la version camerounaise des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale produit les effets conformes à la théorie, par conséquent, apporte une preuve supplémentaire de la validité de ce construit dans le contexte d'une société de culture communautaire.

Au total, la version camerounaise des échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale ayant démontré des propriétés psychométriques adéquates concernant la fidélité, et les trois types de validité à savoir : la validité de contenu, la validité concomitante et la validité du construit, ces échelles peuvent désormais servir de recherche dans l'espace d'Afrique francophone et en particulier au Cameroun.

En dépit de ces résultats acceptables, cette étude présente deux principales limites. En entrepreneuriat il est très courant d'utiliser les échantillons d'étudiants lorsqu'on travaille sur

la capacité entrepreneuriale de potentiels entrepreneurs. Si travailler sur les étudiants procurent certains avantages (Mueller et Conway Dato-on, 2011), Mc Gee et al. (2009) soulignent toutefois que les étudiants manquent d'expérience entrepreneuriale pour bien apprécier les exigences des tâches entrepreneuriales. Or, si on ignore les exigences qui doivent être satisfaites pour réaliser une activité donnée, on ne peut pas juger correctement si on a les aptitudes pour cette activité. Sous-estimer les exigences d'une tâche produit des erreurs d'excès de confiance (Bandura, 2007).

Drnovsek, Wincent et Cardon (2009) ont montré que l'auto-efficacité entrepreneuriale est non seulement un construit multidimensionnel mais que son contenu est double. Suivant le contenu, une bonne mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale doit capturer la croyance en l'efficacité personnelle à réaliser les tâches et la croyance que ces tâches peuvent conduire aux résultats désirés. L'efficacité personnelle inclue donc les croyances en ses capacités et les croyances au but que ces capacités peuvent permettre de réaliser. L'auteur de la théorie sociocognitive est formelle là-dessus : « si une personne estime ne pas pouvoir produire de résultats, elle n'essaiera pas de les provoquer » (Bandura, 2007 : p. 13). Les échelles de mesure de l'efficacité personnelle utilisées dans ce travail, comme la plupart des échelles de mesure de l'auto-efficacité en entrepreneuriat, n'ont saisi que le contenu « croyances en ses capacités à réaliser les tâches ».

Nonobstant ces limites, ce travail suggère quelques implications pour la littérature entrepreneuriale et pour la pratique des enseignements de l'entrepreneuriat. Sur le premier point: la validation des échelles de mesure de l'auto-efficacité dans un contexte culturel communautaire comme celui de l'Afrique francophone prouve que l'auto-efficacité entrepreneuriale n'est pas un concept opératoire seulement dans la culture individualiste. Toutefois compte tenu du fait que les économies des pays de l'Afrique subsaharienne sont des économies duales, formelles et informelles, nous suggérons que les échelles de mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans ces contextes soient conçues en double format pour saisir le double contenus de l'auto-efficacité. Le premier format doit capturer les croyances aux capacités individuelles à exécuter les tâches entrepreneuriales ; et le deuxième format doit préciser si ces croyances peuvent conduire à la création des entreprises formelles (création par opportunité) ou à la création des entreprises informelles (création par nécessité) (croyances aux buts). Les exigences de création de ces deux types d'entreprises sont nettement différentes.

Plus que dans les pays développés, l'hostilité des environnements économiques et institutionnels des pays en développement, à l'instar de ceux de l'Afrique subsaharienne,

exige des créateurs par opportunité une croyance en leur efficacité personnelle inébranlable (Luthans et Ibrayeva, 2006). Notre étude a montré que les étudiants camerounais ont plus confiance en leur capacité de recherche de ressources et de planification qu'en leur capacité d'identification et d'évaluation des opportunités. Les enseignements de l'entrepreneuriat dans les universités camerounaises, encore embryonnaires, se limitent généralement à la sensibilisation avec une focalisation sur les techniques managériales et très peu d'attention sur les aspects cognitifs. Or la recherche et l'identification de l'opportunité est une activité cognitive dont on maîtrise de plus en plus les techniques d'enseignement (De Tienne et Chandler 2004, Carrier, 2009). Les enseignants camerounais en entrepreneuriat doivent mettre l'accent sur cet aspect de leur offre d'enseignement afin d'accroître les capacités des étudiants à faire usage de leur pensée intuitive, par conséquent, à accroître leur confiance en leur capacité à identifier et à évaluer les opportunités d'affaire. Ceci conduirait à augmenter le nombre de créateur potentiel par opportunité et à terme réduire le nombre de créateurs par nécessité dont Fayolle et Nakara (2010) soulignent que cette forme de création peut avoir des conséquences extrêmement fâcheuses pour les individus concernés et pour la société.

Cette recherche est l'une des premières études en entrepreneuriat fondée sur la théorie sociocognitive et son concept opératoire d'auto-efficacité de Bandura réalisé au Cameroun. De ce point de vue, elle peut être considérée comme une recherche exploratoire. Elle mérite donc d'être dupliquée dans d'autres pays de l'Afrique francophone sur des échantillons d'étudiants, en tenant compte des limites et suggestions sus évoquées, ou sur des échantillons d'entrepreneurs naissants, afin de confirmer la validité du construit d'auto-efficacité entrepreneuriale dans cet espace que nos résultats ont démontré.

Bibliographie

Ajzen I. (1991). "The theory of planned behavior". *Organizational Behavior and Human Decision processes*, 50(2), 179-211.

Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., Mero, N. P. (2000) "Women business owners in traditional and no-traditional industries", *Journal of Business Venturing*, 15 (3), 279-303.

Bacher F. (1999). « L'utilisation des modèles dans l'analyse des structures de covariance ». *L'Année Psychologique*, 99, 99-122.

Bandura A. (2007). *Auto-efficacité: le sentiment d'efficacité personnelle*, trad. Lecomte J. 2ième ed. De Boeck, Louvain-la-Neuve.

Bandura A. (1977). "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change", *Psychological Review*, 84 (2) 191- 215.

Bandura, A. (2002). "Social cognitive theory in cultural context", *Applied Psychology: an International Review*, 51(2), 269-290.

Bandura A. (2006). "Toward a psychology of Human Agency", *Perspectives on Psychological Science*, 1 (2), 164-180.

Bandura A. (2001). "Social cognitive theory: an agentic perspective", *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.

Barbosa S. D., Gerhardt M. W., Kickul J. R (2007). "The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions", *Journal of Leadership Organizational Studies*, 13 (4), 86-104.

Boissin J-P., Chollet B., Emin S. (2009). « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique », *M@n@gement*, 12 (1), 28-51.

Boyd, N. G., Vozikis G.S. (1994). "The influence of self-efficacy on development of entrepreneurial intentions and actions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63-90.

Brignier J-M. (1991). « L'influence des échelles de mesure sur les réponses collectées dans les enquêtes », *Recherche et Applications en Marketing*, 6 (1), 1-25.

Busenitz L. W., Gomez C., Spencer J. W. (2000), "Country institutional profiles unlocking entrepreneurial phenomena", *Academy Management Journal*, 43 (5), 994-1003.

Betz, N. E., Hackett, G. (1986), "Applications of self-efficacy theory to understanding career choice behavior". *Journal of social and clinical psychology*, 4, 279-289).

Brechet J-P., Schieb-Bienfait N., Desreumaux (2009), « Les figures de l'entrepreneur dans une théorie de l'action fondée sur le projet », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 8 (1), 37-53.

Brunel O., Laviolette E. M. et Lefebvre M. R. (2014), « Renforcer l'auto-efficacité entrepreneuriale des étudiants par des modèles de rôle d'anciens ayant réussi ou échoué : le professeur doit-il intervenir ? », *Revue Internationale PME*, 27 (3-4), 193-223.

Carré P. (2004), « Bandura : une psychologie pour le XXI siècle ? » *Savoirs* (hors série), 9-50.

Carrier C. (2009), « L'enseignement de l'entrepreneuriat : au-delà des cours magistraux, des études de cas et des plans d'affaires », *Revue de l'entrepreneuriat*, 8(2), 17-33.

Chen G., Gully, S. M., Eden (2001)' "Validation of a new general self-efficacy scale". *Organizational Research Methods*, 4 (1), 62-83.

Chen C. C., Greene P. G., Crick A. (1998). "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?" *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.

- De Noble A. F., Jung D., Ehrlich S. B. (1999), "Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action", *Frontiers of Entrepreneurship research*, Babson College.
- De Tienne, D.R., Chandler, G.N. (2004), "Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: pedagogical approach and empirical test". *Academy of Management Learning & education*, 3(3), p. 242-257.
- Drnovsek M., Wincent J., Cardon M. S. (2010) "Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16 (4), p. 329-348.
- Dupuis J-P., (1990) « Anthropologie, culture et organisation : vers un modèle constructiviste », Chalant J-F., (dir.) *l'individu dans l'organisation : les dimensions oubliées*. Québec, Presses de l'Université Laval et Paris, Editions Eska, p. 533-552.
- Etounga-Manguellé D., (1990). *L'Afrique a-t-elle besoin d'un programme d'ajustement culturel ?*, Yvry-sur-Seine, Editions Nouvelles du Sud
- Fayolle A. et Nakara W. (2010), « Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat », *Cahier de Recherche*, 2010-08 E4 <halshs-00534819>
- Fayolle A. (2010). « Nécessité et opportunité : les « attracteurs étranges » de l'entrepreneuriat », *Grep*, N° 204, p. 33-38.
- Filion J.L. (1989). « Le développement d'une vision: un outil stratégique à maîtriser », *Gestion*, Septembre, p. 24-34.
- François, P-H. (2004), « Fondements sociaux de la pensée et de l'action chez Bandura », *Savoirs*, (hors série), p. 51-58.
- Giacomin O., Janssen F., Pruett M., Llopis F., Shinnar R. Toney B. (2010), "Impact du sexe et de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention des étudiants : une comparaison internationale », *10^{ème} Congrès Internationale Francophone en Entrepreneuriat et PME*, Bordeaux, 27-29 octobre,
- Gist M. E., Mitchell T. R. (1992), "Self-efficacy: a theoretical analysis of its determinants and malleability", *Academy of Management Review*, 17 (1), p. 183-211.
- Hayton C. J., George G., Zahra S. A. (2002), "National culture and entrepreneurship: a review of behavioral research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (4), p. 33-52.
- Hofstede, G. (1982), « Relativité culturelle des pratiques et théorie de l'organisation », *Revue Française de Gestion*, sept-oct., p.10-21.
- Kabou A., (1991) *Et si l'Afrique refusait son développement ?*, L'Harmattan Paris,
- Kamdem E. (2002), *Management et interculturalité en Afrique : expérience camerounaise*, Presse de l'université de Laval. L'Harmattan, Paris.
- Kamto M. (1993). *L'urgence de la pensée*, Ed. Mandara, Yaoundé,
- Kickul J., Gundry L. K., Barbosa S. D., Whitcanack L. (2009). "Intuition versus analysis? Testing Differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process", *Entrepreneurship Theory and Practice*, March, p.439-453.

- Kolvereid L., Isaksen E. (2006), "New business start-up and subsequent entry into self-employment", *Journal of Business Venturing*, 21, p.866-885.
- Krueger N. F., Brazeal D. V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.18 (3).
- Krueger N.F., Reilly M. D., Carsrud A. L. (2000), "Competing model of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), p.411-432.
- Labazée P., (1995), « Petite histoire d'un grand mariage entre le néo-libéralisme et le culturalisme », *Bulletin de l'A.P.A.D.*, 9, p.3-13.
- Lecomte J. (2004), « Les applications du sentiment d'efficacité personnelle », *Savoirs*, 5, hors série, p.59-90.
- Leinhardt, G. (1985), "Self : Public, private. Some African representation", dans Carrithers, M., Collins S. et Lukes S. *The category of the person: Anthropology, philosophy, History*. Cambridge, Cambridge University press.
- Liñan F., Rodriguez-Cohard J. C., Rueda-Cantuche, J M. (2011), "Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education", *International Entrepreneurship Management Journal*, 7, 195-218.
- Luthans F., Ibrayeva E. S. (2006), "Entrepreneurial Self-efficacy in central asian transition economies: quantitative and qualitative analyses", *Journal of international Business Studies*, 37, p. 92-112.
- Markman D.G., Baron R. A., Balkin D. B. (2005), "Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking", *Journal of Organizational Behavior*, 26, 1-19.
- Markman D. G., Balkin D. B., Baron R. A. (2002), "Inventors and New venture formation: the effects of general self-efficacy and regretful thinking", *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, p. 149-165.
- McGrath G. R., MacMillan I. C. et Scheinberg S. (1992), "Elitists, risk-taker and rugged individualist? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs" *Journal of Business Venturing*, 7, p.115-135
- McGrath G. R., MacMillan I. C. Yang, E. A., Tsai W. (1992), "Does culture endure, or is it malleable? Issues for entrepreneurial economic development" *Journal of Business Venturing*, 7, p. 441-458
- Mc Gee, J.P., Peterson Mark, Mueller S. L., Sequeira J. M. (2009) "Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (4), p. 965-988.
- Mueller S. L., Conway Dato-on M. (2011). "Cross cultural study of gender orientation and entrepreneurial self-efficacy", *International Entrepreneurship Management Journal*
- Mueller S. L., Conway Dato-on M. (2008), "Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy", *Journal of Development Entrepreneurship*, 13 (1), p. 3-20.
- Mustar P. (1994), « L'entrepreneur schumpétérien a-t-il jamais existé?, Gérer et Comprendre », *Annales des Mines*, Mars, p. 30-37.

- Ponson B. (1990), « Individualisme ou communauté: quelques implications managériales pour l'entreprise en Afrique », dans Henault G. et M'Rabet Rachid, *L'entrepreneuriat en Afrique Francophone : culture, financement et développement*, AUPELF, John Libbey, London-Paris, p.15-25.
- Roussel P., Durrieu F., Campoy E., El Akremi (2002), *Méthodes d'équations structurelles, Recherche et Applications en Gestion*, Economica, Paris,
- Saporta B., Kombou L. (2000). « L'entrepreneuriat africain : mythe ou réalité ? » dans *Histoire d'Entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, Verstraete T. (dir.), éditions EMS, Caen, 239-249.
- Shane S. (1992). "Why do some societies invent more than others", *Journal of Business Venturing*, 7, 29-46.
- Sherer, R., Adams, J., Carley, S., Wiebe, F. (1989), "Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Shinnar R. S., Hsu D. K., Powell B. C. (2014) "Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: assessing the impact of education longitudinally", *The International Journal of Management Education*, 12, 561-570.
- St-Jean, E., Mathieu C. (2011), « Les déterminants du développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans un contexte de mentorat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 10(3), 13-31.
- St-Jean E., Tremblay M., Jacquemin A. (2013), « L'intention d'entreprendre sous le prisme de la théorie sociocognitive de la carrière : une comparaison homme/femme auprès d'étudiants universitaires », 8^{ième} *Congrès de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, Fribourg, 23-25, octobre,
- Tissen, J.H. (1997), "Individualism, collectivism and entrepreneurship: a framework for international comparative research", *Journal of Business Venturing*, 12, 367-384.
- Traoré B. (1990), « La dimension culturelle de l'acte d'entreprendre en Afrique » dans Henault G. et M'Rabet Rachid, *L'entrepreneuriat en Afrique Francophone : culture, financement et développement*, AUPELF, John Libbey, London-Paris 7-14.
- Vallerand R. J. (1989), « Vers une méthodologie de validation transculturelle de questionnaire psychologiques: implications pour la recherche en langue française », *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 30 (4), 662-680.
- Verstraete T. (1999), *L'entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Paris, l'Harmattan.
- Warnier J-P. (1993), *L'esprit d'entreprise au Cameroun*, Paris, Karthala.
- Wood R., Bandura A. (1989). "Social Cognitive theory of Organizational Management", *Academy of Management Review*, 14 (3), 361-384.
- Zhao H., Seibert S., Hills G. E. (2005), "The mediating role of Self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), 1265-1272.

