

8^e Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME

25-26 octobre 2006

Motivations entrepreneuriales des étudiants –

Une enquête bilingue en Suisse

Frank Halter

Rico Baldegger

Frank Halter, lic. oec. HSG. Chef de projet à l'Institut suisse de recherche pour les petites et moyennes entreprises à l'Université de St-Gall (KMU-HSG) et membre de la direction du Center for Family Business HSG de l'Université de St-Gall (CFB-HSG).

Rico Baldegger, Prof. Dr rer.pol. Professeur en entrepreneuriat et management à la Haute école de gestion (HEG) Fribourg.

8^e Congrès International francophone en Entrepreneuriat et PME

25-26 octobre 2006

Motivations entrepreneuriales des étudiants – une enquête bilingue en Suisse

Résumé

L'« International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006 » se focalise sur les étudiants des hautes écoles spécialisées et des universités pour analyser la force entrepreneuriale dans 11 pays, en s'appuyant sur les traits de la personnalité. En Suisse, entre avril et mai 2006, 8'816 questionnaires remplis ont été générés au moyen d'un questionnaire en ligne dans 6 universités, 2 universités techniques et 24 hautes écoles spécialisées. Il en ressort, pour la Suisse, d'intéressants résultats relatifs aux régions linguistiques.

Un des buts du présent rapport est d'analyser de manière différenciée la force entrepreneuriale des étudiants. Il s'agit aussi de savoir s'il existe une réelle différence entre Suisse romande et Suisse alémanique, une question qui, pour la Suisse, n'a encore jamais été posée en ces termes dans le contexte des activités entrepreneuriales des étudiants. La première question de recherche porte sur le nombre d'étudiants déjà actifs en tant qu'entrepreneurs (Young Entrepreneurs) dans les deux régions, et sur le degré de proximité du but de l'indépendance où se trouvent les entrepreneurs potentiels (Nascent Entrepreneurs). La deuxième question de recherche se concentre sur les traits caractéristiques individuels : la question se pose, en effet, de savoir dans quelle mesure la personnalité, les motivations et les compétences des étudiants d'une part, les obstacles perçus d'autre part, éclairent les différences entre les deux régions linguistiques. L'étude se focalise ensuite sur les facteurs qui exercent une influence avérée sur la force entrepreneuriale.

La recherche fait ressortir que pour les étudiants de langue maternelle française, l'orientation culturelle et artistique ainsi que la stabilité émotionnelle (traits de la personnalité) et l'orientation vers la créativité (motivations professionnelles) exercent une forte influence sur la force entrepreneuriale. Par ailleurs, l'évaluation conjoncturelle (obstacle perçus) s'avère avoir un plus grand impact sur l'activité entrepreneuriale en Suisse romande. Par contre, la prise de risque joue un rôle plus important en Suisse alémanique qu'en Suisse romande.

En conclusion, nous verrons que les différences significatives constatées ont des implications sur la formation et l'encouragement à l'entrepreneuriat.

1 L'entrepreneuriat en Suisse

Dans un contexte globalisé, la compétitivité à long terme des pays occidentaux industrialisés dépend de l'innovation. La recherche la plus récente émanant du Global Entrepreneurship Monitors (GEM) a montré que la force entrepreneuriale des pays était très variable. Avec un taux de création d'entreprise (TEA) de 6,1%, la Suisse se positionne légèrement en dessous de la moyenne de 8,4% des 35 pays GEM.¹ L'activité de création d'entreprise en Suisse a ainsi régressé par rapport aux années 2003 (7,4%) et 2002 (7,1%). Si l'on considère les entreprises établies, on peut noter que la Suisse est, après la Grèce, le pays possédant le plus haut taux d'entreprises en Europe.

A la différence du projet GEM, l'« International Survey on Collegiate Entrepreneurship » se focalise sur les étudiants des hautes écoles spécialisées et des universités. La recherche la plus récente réalisée dans 11 pays a montré que le taux de création d'entreprise moyen des étudiants inscrits correspondait à 3,2% (cf. graphique 1)², alors que la Suisse affichait un taux de 2,4%. Si l'on ajoute aux créations d'entreprises les éventuels préparatifs tels que la recherche d'information ou autres réalisations concrètes, Fueglistaller, Klandt und Halter parlent de la force entrepreneuriale des étudiants. Sur ce point, la Suisse se situe à l'avant-dernière place en comparaison internationale.³

Sur le plan politique, la Suisse poursuit le but d'élever durablement sa force entrepreneuriale. C'est la raison pour laquelle en 2003, le Département fédéral de l'économie (DFE) a défini cinq priorités.⁴ Une de ces priorités consiste à développer l'engagement Start-up de la Commission pour la technologie et l'innovation (Initiative CTI Start-up) pour élever les chances de départ et de survie des entreprises nouvellement créées. L'initiative venturelab.ch a été créée dans le cadre de la réalisation de cette priorité. Le but premier de cette initiative consiste à sensibiliser les étudiants des universités et des hautes écoles spécialisées à l'activité entrepreneuriale et à les soutenir activement dans la réalisation de leurs projets.⁵

¹ Volery, Bergmann, Haour, Leleux 2006, p. 10.

² cf. Fueglistaller, Klandt, Halter 2006. Le projet se base sur une initiative de l'European Business School (ebs) en Allemagne et de l'Institut suisse pour les petites et moyennes entreprises (KMU-HSG). Le projet a pu voir le jour grâce au soutien financier et matériel de la *Forschungskommission der Universität St. Gallen, venturelab.ch* et l'*Information Factory GmbH*. La description du projet peut être téléchargée à l'adresse www.isce.ch. Les taux de création d'entreprise par les étudiants avaient déjà été établis précédemment : cf. notamment Fueglistaller, Halter, Blickle u.a.. 2004; Golla, Halter, Fueglistaller, Klandt 2006. D'autres recherches sont disponibles en langue allemande: Raum: Otten 2000; Görisch 2001; Franke, Lüthje 2002; Baum 2001; Kailer 2005; Kailer, Sokolisch 1999; Korunka, Kessler 2005.

³ L'observation des étudiants inscrits dans des filières économiques met en évidence une force entrepreneuriale de 35.4%, alors que la moyenne internationale s'élève à 36.4% et la force entrepreneuriale de l'Irlande correspond à 40.8%. A la dernière place, on trouve la Hongrie avec un taux de 35.0%. Cf. Fueglistaller, Klandt, Halter 2006.

⁴ Seco 2004.

⁵ On constate déjà un effet positif dans les domaines techniques (cf. Schmelter 2004, p. 477).

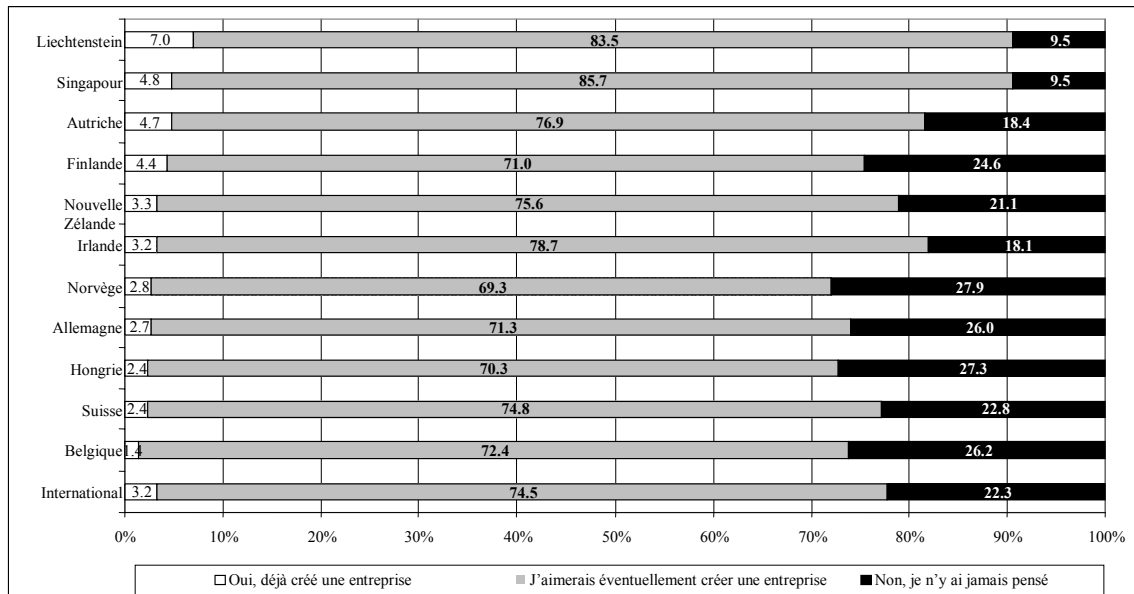


Figure 1: Activités et intentions liées à la création d'entreprise chez les étudiants⁶

2 But de la recherche

On dit souvent que la Suisse est située au coeur de l'Europe. Géographiquement, ce n'est pas tout à fait vrai; le pays touche l'Allemagne au nord, l'Autriche et la Principauté du Liechtenstein à l'est, l'Italie au sud et la France à l'ouest. Il en résulte que trois importantes cultures s'y rencontrent, celles des régions germanophones, francophone et italophone. Cette particularité est souvent thématisée lors des décisions politiques, et dans le domaine public, on nomme la différence entre les régions francophone et germanophone le « röstigraben ». Bien que l'on tente toujours de dépasser cette distinction, le diagnostic d'un comportement électoral différent persiste, notamment lors des votations. En ce qui concerne l'activité entrepreneuriale des étudiants, la question se pose de savoir s'il existe une réelle différence entre Suisse romande et Suisse alémanique, une question qui, pour la Suisse, n'a encore jamais été posée en ces termes dans le contexte des activités entrepreneuriales des étudiants.

La première question de la présente recherche porte sur le nombre d'étudiants déjà actifs en tant qu'entrepreneurs (Young Entrepreneurs) dans les deux régions, et sur le degré de proximité du but de l'indépendance où se trouvent les entrepreneurs potentiels (Nascent Entrepreneurs). La deuxième question de recherche concerne l'analyse des résultats mis en évidence dans la première partie. Les premiers éléments explicatifs relèvent de l'individu: traits de la personnalité, motivations professionnelles, capacités et compétences, obstacles perçus. Se pose alors la question de savoir dans

⁶ Fueglistaller, Klandt, Halter 2006.

quelle mesure la personnalité, les motivations et compétences des étudiants d'une part, et les différences régionales d'autre part, peuvent expliquer les différences. ⁷

3 Fondements théoriques et concepts

3.1 Le processus de création d'entreprise

Les programmes de formation de base et de formation continue proposent différents processus de création d'entreprise. ⁸ Nous avons choisi de nous baser sur la proposition de Klandt. ⁹ Nous avons pris en compte les étudiants qui n'ont encore jamais eu l'idée de créer une entreprise (A) jusqu'à ceux qui, dans le passé, ont été indépendants mais qui aujourd'hui ne le sont plus (H). Entre les deux, il y a les étudiants qui s'en sont superficiellement (B), relativement concrètement (C) posé la question, les étudiants qui ont abandonné ce projet (D), ceux qui se sont fermement décidés de prendre ce chemin (E), ceux qui se trouvent dans la phase de la réalisation concrète (F) ou qui sont déjà indépendants (G).

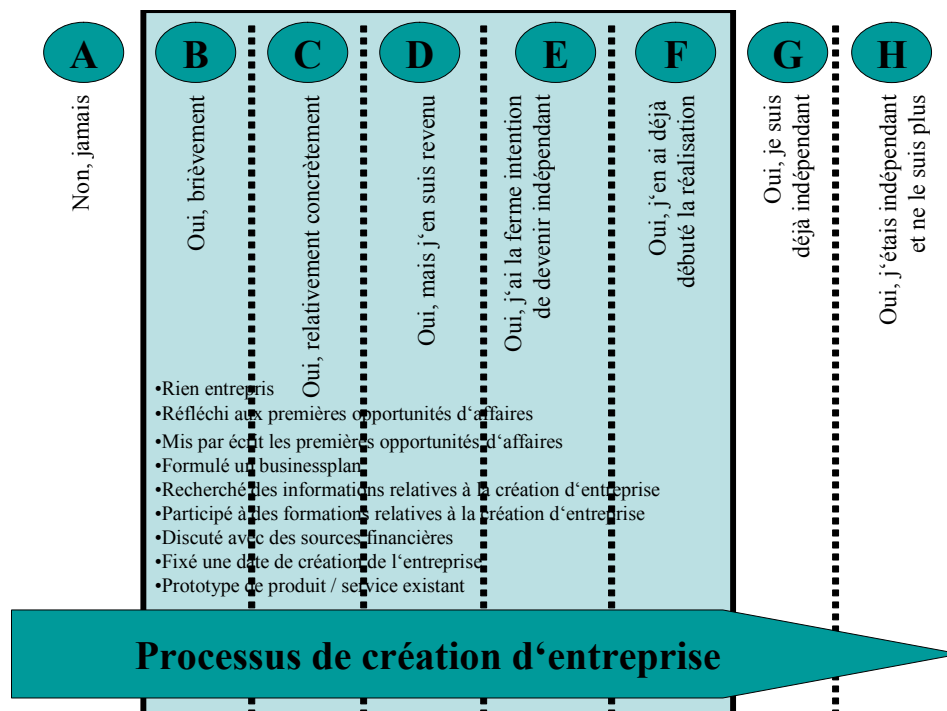


Figure 2: Le processus de création d'entreprise

Aux phases B à F correspondent diverses démarches concrètes. Même si la volonté de créer une entreprise existe, il est fort possible que la personne n'ait encore rien entrepris de concret dans cette direction. Il se peut aussi que des prototypes ou des services aient été développés. Ces critères servent

⁷ Les caractéristiques individuelles peuvent être intégrées à un cadre théorique plus large (cf. annexe 7.1).

⁸ Cf. Korunka, Kessler 2005, p. 1056; Mugler, Plaschka 1987; Katz, Gartner 1988.

⁹ Cf. Klandt 1984.

à vérifier le potentiel et le degré de développement de la création d'une entreprise sur la base des activités de préparation (cf. figure 2).

3.2 Théories explicatives

Selon la théorie de la configuration, différents aspects conduisent une personne à devenir entrepreneur ou entrepreneuse, parmi lesquels on compte non seulement les ressources, l'environnement et les processus, mais également les caractéristiques personnelles de l'individu.¹⁰ Pour ce qui est de savoir quels motifs généraux et quels intérêts peuvent avoir une influence sur les dispositions des étudiants à créer une entreprise, nous nous appuyerons d'abord sur *McClelland*, le fondateur de la recherche en entrepreneuriat d'orientation psychologique.¹¹ Dans la description d'une personne, Catell (1948) fait une distinction fondamentale entre le caractère et les motivations et compétences. Nous compléterons notre observation en recourant aux obstacles susceptibles d'entraver l'activité entrepreneuriale.

3.2.1 Caractéristiques personnelles

Par caractéristiques personnelles, on entend des caractéristiques très stables, en partie innées, qui déterminent la manière dont l'être humain perçoit son environnement. Dans le langage familier, c'est le terme de « caractère » qui décrit le mieux ce concept. Un des modèles qui a fait ses preuves en psychologie pour décrire le caractère d'une personne est le modèle des Big Five, le modèle des cinq facteurs de la personnalité. Ce modèle a été développé sur la base d'une analyse factorielle, après l'échec de certaines tentatives de modélisation de la personnalité (dont les 16 facteurs primaires)¹² qui ont finalement pu être réduites à ces cinq facteurs.¹³ Afin de déterminer l'influence des caractéristiques personnelles sur les préférences professionnelles, nous avons utilisé la version courte de l'inventaire MRS de Schallberger/Venetz.¹⁴ Ces cinq facteurs sont les suivants : l'extraversion, la stabilité émotionnelle, l'ouverture à l'expérience, la tolérance et le sérieux. Des recherches ont montré qu'il existait une corrélation significative¹⁵ entre certains facteurs de ce concept et l'activité/intention entrepreneuriale, comprise ici comme la force entrepreneuriale.

3.2.2 Motivations

McClelland a mis en évidence le concept de la motivation à la performance qu'il considérait comme la motivation essentielle des entrepreneurs. En effet, un certain nombre de recherches utilisant des mesures quelque peu différentes ont mis en évidence que la motivation à la performance était clairement plus élevée chez les entrepreneurs que dans les autres groupes de la population, ou par

¹⁰ cf. Korunka, Kessler 2005, p. 1056; Mugler, Plaschka 1987; Naffziger, Hronsby, Kuratko 1994, p. 30; Fallgatter 2004, p. 23.

¹¹ cf. McClelland 1961; cf. aussi Fallgatter 2004, p. 23.

¹²cf. Catell (1943, 1946, 1947, 1948).

¹³ Fiske (1949). Cf. aussi Tupes/Christal (1961); Norman (1963); Borgatta (1964); Hakel (1974).

¹⁴ Schallberger/Venetz (1999).

¹⁵ Autres sources: Moran 1998; Korunka, Frank, Becker 1993. Golla, Halter, Fueglistaller notamment 2006.

exemple chez les managers.¹⁶ D'autres études n'y trouvèrent au contraire aucune différence ou très peu.¹⁷ Compte tenu de ces résultats, Rauch/Frese constatent que les corrélations existantes sont statistiquement faibles, et que les résultats se contredisent parfois fondamentalement.¹⁸ Sur la base de ces faits, nous avons décidé de développer notre propre échelle de motivations, déjà validée par nos recherches antérieures. Nous renonçons aux échelles de mesure générales de la motivation et utilisons des items qui se rapportent d'une manière concrète à l'activité professionnelle des diplômés des hautes écoles. Sur la base de ces modifications, nous décrivons ces variables latentes comme des „exigences face à la profession future“ où nous trouvons à nouveau quelques items classiques de mesure du „need of achievement“ ou „locus of control“. D'autres items, par contre, n'ont pas été retenus pour la présente étude en raison de la sélection factorielle issue de nos études préliminaires. La recherche de Harabi/Meyer a montré que l'indépendance, la mise en œuvre de ses propres idées de même que l'épanouissement personnel étaient de loin les motivations les plus importantes de la création d'entreprise.¹⁹ Dans les mêmes études, l'amélioration du revenu a été très rarement traitée comme une motivation. Il est frappant de constater que les motivations extrinsèques comme la considération, la reconnaissance et un plus haut revenu sont clairement moins bien classées que les motivations intrinsèques comme l'indépendance et l'épanouissement personnel.²⁰ Ensuite, la créativité et la recherche des idées sont jugées comme des raisons importantes.²¹ Douglas/Shepherd argumentent que les personnes disposant de meilleures dispositions à la performance, une plus haute tolérance au risque et une attitude positive face à l'indépendance et à l'autonomie de décision, chercheront l'indépendance avec une plus haute probabilité.²² Plus loin, on présume que les étudiants qui apprécient l'autonomie et l'individualisme ont davantage tendance à préférer l'indépendance.²³ Sa propre créativité devrait mieux pouvoir se réaliser dans une activité indépendante que dans un poste d'employé.²⁴ Finalement, on suppose que les étudiants qui perçoivent le progrès personnel, par exemple l'avancement personnel, comme important, voient plutôt leur futur dans l'indépendance, même si dans la littérature, il n'est question que d'un lien faible.²⁵

¹⁶ Begley, Boyd 1987; Green, David, Dent 1996; Utsch, Rauch et al. 1999.

¹⁷ Cromie/Johns 1983.

¹⁸ Cf. Rauch, Frese 2000.

¹⁹ Harabi, Meyer 2000, p. 30. Aussi chez Arvanitis, Marmet 2001, p. 98 et suiv.

²⁰ Harabi, Meyer 2001, p. 31.

²¹ Arvanitis, Marmet 2001, p. 99.

²² Douglas, Shepherd 2003, p. 28 et suiv.

²³ Douglas, Shepherd 2003, p. 30.

²⁴ Arvanitis, Marmet 2001, p. 99.

²⁵ Arvanitis, Marmet 2001, p. 98 et suiv.; Harabi/Meyer 2000.

3.2.3 Capacités et compétences

Dans la littérature, on trouve plusieurs modèles de compétences.²⁶ Pour la construction des *capacités et compétences*, nous nous sommes basés sur les analyses de Grichnik und Hisrich (2005) et en avons retiré un nouveau concept.²⁷ En lien avec la force entrepreneuriale des étudiants, nous supposons qu'il faut aimer le contact avec les gens (lié ou non à l'entrepreneuriat), les informations abstraites et les données financières, et posséder un minimum de compétences pour le travail en équipe si l'on veut se motiver soi-même ou motiver d'autres personnes à atteindre un but, ou si l'on veut convaincre les clients d'un produit ou d'un service.²⁸

3.2.4 Obstacles à la création d'entreprise

Le questionnaire présente les facteurs d'échec sous forme d'*obstacles possibles*. Dans cette contribution, les obstacles sont interprétés comme des facteurs d'influence négatifs sur la force entrepreneuriale des étudiants.

Chaque création d'entreprise comporte des risques ; tous les dangers possibles et les difficultés potentielles ne peuvent être anticipés, évités ou indemnisés financièrement en cas de perte. Pour illustrer la *préparation à la prise de risque*, nous recourons à un élément issu des obstacles possibles que les étudiants doivent affronter lors de la création d'une entreprise.²⁹ Nous partons de l'hypothèse que le pas vers la création d'entreprise doit être franchi avec courage et conviction, et qu'il dépend d'une tolérance au risque élevée.³⁰

Le deuxième ensemble de questions a trait au *soutien des étudiants par les parents et le cercle d'amis*. La création d'une entreprise sans soutien moral est sans doute possible, mais nous considérons le manque de soutien comme un obstacle à la création d'une entreprise.

Dans une perspective macroéconomique, les *conditions économiques* jouent un rôle, et il est possible d'en mesurer les aspects tels que le revenu par tête, la situation conjoncturelle, le taux de chômage ou la politique économique.³¹ Dans la présente étude, les conditions économiques sont définies par la situation conjoncturelle et économique sur le plan national. Nous attendons donc une corrélation négative entre les conditions économiques et la force entrepreneuriale, dans le sens où nous supposons que la pression entrepreneuriale sera moins élevée dans une bonne situation économique que dans des conditions difficiles.

Dans une perspective orientée vers les ressources, la *disponibilité du capital* est considérée comme une ressource centrale. Car même la création d'une petite entreprise de services personnels requiert de

²⁶ Par ex. Golemen 1998, p. 94; Thommen, Behler 2004; Fueglistaller, Zwick 2001; Thommen 1997.

²⁷ Grichnik, Hisrich 2005; Brinckmann, Salomo, Gemünden 2006, p. 20 et suiv.

²⁸ Wilson, Marlino, Kickul 2004; Freel 1999, p. 146.

²⁹ L'aspect des obstacles sera traité plus bas.

³⁰ Douglas, Shepherd 2003, p. 29.; Baron 2004, p. 224; il n'est pas fait de commentaire sur le succès de la création d'entreprise. On peut toutefois en déduire qu'il n'existe pas de rapport entre la préparation à la prise de risque de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise. Cf. Kauranen 1994, p. 217.

³¹ Cf. par ex. Volery, Bergmann, Haour, Leleux 2006, p. 14.

petits investissements, pour lesquels des fonds propres ou étrangers doivent être disponibles. Nous supposons que la force entrepreneuriale est amoindrie par le manque de fonds propres ou étrangers, dans la mesure où ce manque représente un frein.

4 Méthode

La récolte des données a eu lieu dans le cadre de l'International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006. Entre avril et mai 2006, en Suisse 8'816 questionnaires remplis ont été générés au moyen d'un questionnaire en ligne dans 6 universités, 2 universités techniques et 24 hautes écoles spécialisées. Dans la plupart des hautes écoles, nous avons pu contacter par écrit tous les étudiants de tous les semestres, et les motiver à participer à l'étude. Nous avons d'abord observé l'échantillon selon la région linguistique, puis selon la langue maternelle. Dans cette contribution, nous nous focalisons sur les groupes qui apparaissent en gris clair, à savoir les étudiants qui poursuivent leurs études en Suisse romande et qui sont de langue maternelle française (Ia), et les étudiants en Suisse alémanique qui sont de langue maternelle allemande (IIb). Ainsi, comme le met en évidence la figure 3, 6'734 étudiants interrogés sont inscrits dans des hautes écoles spécialisées et universités en Suisse alémanique, dont 6'035 ont aussi l'allemand comme langue maternelle. D'autre part, des 2'082 étudiants inscrits dans des hautes écoles spécialisées et universités en Suisse romande, 1'554 déclarent le français comme langue maternelle.

		Langue maternelle			Total
		a) Allemand	b) Français	c) Autres	
Régions linguistiques	I) Suisse alémanique	Ia): 89,6% n=6'035	Ib): 2,4% n=162	Ic): 8,0% n=537	100% n=6'734
	II) Suisse romande	IIa): 13,4% n=278	IIb): 74,6% n=1'554	IIc): 12,0% n=250	100% n=2'082
	Total	71,6% n=6'313	19,5% n=1'716	8,9% n=787	100% n=8'816

Figure 3: Distinction selon les régions linguistiques

Si l'on observe l'échantillon en fonction des deux régions linguistiques, on constate que la structure interne est comparable (cf. annexe) ; aucune différence essentielle n'apparaît en lien avec l'âge moyen des étudiants, la répartition selon le sexe et le fait que quelqu'un ait déjà participé ou non à un cours sur l'entrepreneuriat. Une petite différence apparaît cependant en ce qui concerne le niveau d'études ; l'échantillon romand contient plus d'étudiants du niveau bachelor que l'échantillon alémanique. Les étudiants en master et en dernière année sont quelque peu surreprésentés dans l'échantillon de la Suisse alémanique.

5 Résultats de l'enquête

5.1 Activités et intentions liées à la création d'entreprise

L'état de la réflexion des étudiants relative à la création d'entreprise apparaît différencié. Le tableau qui suit offre un aperçu de l'étendue de cette réflexion. Force est de constater que les étudiants n'ayant encore jamais réfléchi à l'idée de créer une entreprise sont plus nombreux en Suisse romande. Si l'on compare les deux groupes selon la langue maternelle, la différence s'accroît encore. 28,6% (IIb) des Romands francophones et 21,8% (Ia) des Suisses alémaniques germanophones n'ont encore jamais réfléchi à l'idée de devenir indépendant. Si l'on observe les taux de création d'entreprise correspondants, on remarque, par contre, que la différence entre les deux régions linguistiques n'est pas fondamentale. En Suisse alémanique, 1,5% et en Suisse romande 1,2% des étudiants interrogés ont déjà créé une entreprise qu'ils exploitent encore.

	A: Non, jamais	B: Oui, brièvement	C: Oui, relativement concrètement	D: Oui, mais j'en suis revenu	E: Oui, j'ai la ferme intention de devenir indépendant	F: Oui, j'en ai déjà débuté la réalisation	G: Oui, je suis déjà indépendant	H: Oui, j'étais indépendant et ne le suis plus
Tous les étudiants (n=8'825)	22,8%	48,1%	11,5%	6,9%	6,7%	1,5%	1,4%	1,0%
I) Suisse alémanique (n=6'734)	21,8%	50,1%	10,9%	7,6%	5,6%	1,5%	1,5%	1,1%
II) Suisse romande (n=2'082)	26,8%	41,7%	13,4%	4,6%	10,3%	1,5%	1,2%	0,6%
Ia) Suisse alémanique germanophone, (n=6'035)	21,8%	50,8%	10,4%	7,7%	5,4%	1,4%	1,5%	1,0%
IIb) Suisse romande francophone (n=1'554)	28,6%	41,2%	13,3%	3,9%	10,2%	1,2%	1,2%	0,4%

Figure 4: Comparaison des créateurs et non-créateurs d'entreprise

Le degré de concrétisation de la phase B à F peut être développé à différents niveaux. Le tableau ci-dessous offre un aperçu du degré de concrétisation des intentions de créer sa propre entreprise (des réponses multiples étaient possibles).

La moitié des étudiants n'a encore absolument rien entrepris pour concrétiser les premières idées commerciales. Selon une première évaluation, 56,7% des étudiants de langue française en Suisse romande contre 50,5% des étudiants germanophones en Suisse alémanique avouent n'avoir encore rien entrepris. Il est intéressant de noter toutefois qu'en Suisse romande, un nombre plus élevé d'étudiants entreprend des activités dont le caractère concret et l'engagement apparaissent plus importants. Les étudiants suisses alémaniques avouent qu'ils ont davantage réfléchi aux premières opportunités d'affaires et les ont mises par écrit, ou ont conduit les tout premiers entretiens avec des partenaires financiers potentiels. Quant aux étudiants suisses romands, ils avouent avoir déjà formulé un businessplan, recherché de la documentation concrète ou disposer du prototype d'un produit ou d'un service.

	Rien entrepris	Identifié les premières opportunités d'affaires	Répertorié par écrit les premières opportunités d'affaires	Formulé un businessplan	Collecté des informations relatives à la création d'entreprise	Participé à des cours sur la création d'entreprise	Conduit des entretiens avec des investisseurs potentiels	Fixé la date de création de l'entreprise	Développé un prototype du produit/service
Tous les étudiants (n=6'641)	51,1%	43,5%	11,5%	5,7%	10,9%	5,9%	2,4%	1,3%	5,7%
I) Suisse alémanique (n=5'134)	50,4%	45,5%	11,9%	5,3%	9,2%	4,9%	2,3%	1,4%	5,0%
II) Suisse romande (n=1'500)	53,6%	36,5%	10,1%	7,1%	16,5%	9,5%	2,6%	1,1%	8,1%
Ia) Suisse alémanique germanophone (n=4'592)	50,5%	45,9%	12,0%	5,1%	8,9%	4,8%	2,2%	1,3%	4,8%
Iib) Suisse romande francophone (n=1'093)	56,7%	32,9%	9,1%	6,7%	16,7%	9,7%	1,5%	0,8%	7,6%

Figure 5: Degré de concrétisation de l'intention de créer une entreprise

Nous constatons finalement qu'il existe un potentiel entrepreneurial dans les deux régions linguistiques. La combinaison des deux groupes de questions a donné lieu à la constitution d'un index dans le cadre de l'ISCE 2006, ceci dans le but de rendre la force entrepreneuriale des étudiants mesurable plus aisément.³² La force entrepreneuriale doit être différenciée selon les régions linguistiques à un niveau faible, mais hautement significatif (cf. figure 6). La force entrepreneuriale des étudiants s'avère être plus élevée en Suisse romande qu'en Suisse alémanique.

1=very weak; 10 = very strong	Région	n	Mean	Standard Deviation	T-Test Sig. (2-sided)
Force entrepreneuriale	I) Suisse alémanique	5'242	3,42	0,95	0,000*
	II) Suisse romande	1'539	3,56	1,11	
Force entrepreneuriale	Ia) Suisse alémanique germanophone	4'649	3,41	0,95	0,000*
	Iib) Suisse romande francophone	1'123	3,53	1,09	

Figure 6: Force entrepreneuriale selon la région linguistique

³² Pour la constitution de l'index, voir annexe.

5.2 Résultats explicatifs

5.2.1 Evaluation des indicateurs

Nous évaluerons dans un premier temps les indicateurs.³³ L'analyse factorielle des *caractéristiques personnelles* a fourni cinq items pour chacun des cinq facteurs. L'alpha de Cronbach se situe entre 0.8298 et 0.6503, ce qui doit être considéré comme des valeurs bonnes à suffisantes. L'indice KMO correspond à 0.821 et la variance expliquée de l'indicateur à 56.6%. Cet indicateur peut donc être décrit comme utilisable.

Quant aux *motivations professionnelles*, l'analyse factorielle a permis de déduire cinq facteurs et pour chacun deux ou cinq items. La valeur de l'alpha de Cronbach se situe entre 0.8346 et 0.6857. L'indice KMO est de 0.771 et la variance expliquée correspond à 59.5%. L'indicateur peut donc être considéré comme solide.

Pour ce qui est des *capacités et compétences*, nous avons également, au moyen d'une analyse factorielle, formé cinq facteurs avec chaque fois deux, trois ou cinq items. Pour les trois premiers facteurs, les valeurs de Cronbach peuvent être décrites comme suffisantes (entre 0.7429 et 0.5707). Pour les deux facteurs capacité de travail en équipe et capacité d'expression et travail administratif, celles-ci sont insuffisantes. L'indice KMO correspond à 0.795, la variance expliquée à 60.9%.

Enfin, pour les *obstacles dans le processus de création d'entreprise*, l'analyse factorielle a permis de former quatre facteurs de trois et deux items. Les valeurs de l'alpha de Cronbach se situent entre la valeur acceptable de 0.8458 et 0.5708. L'indice KMO correspond à 0.788 et la variance expliquée à 54.0%.

5.2.2 Corrélation des facteurs avec la force entrepreneuriale

Après avoir présenté, au début de cet article, la force entrepreneuriale des étudiants, nous chercherons à savoir quels facteurs des quatre éléments explicatifs représentés ici exercent une influence sur cette force. Pour ce faire, nous avons effectué une analyse des corrélations (cf. figure 7). Cette analyse porte sur l'échantillon complet.

³³ Les détails statistiques peuvent être consultés dans l'annexe.

	Corrélations avec l'activité de création d'entreprise (variable: grue_idx)	Suisse alémanique germanophone n=6'035	Suisse romande francophone n=1'554	Toute la Suisse n=8'816
Personnalité	C1_EXTRO Extraversion	0.069**	0.062*	0.070**
	C2_TOLER Tolérance	-0.070**	-0.070*	-0.072**
	C3_CONSC Sérieux	-0.018	0.011	-0.018
	C4_EMOTI Stabilité émotionnelle	0.115**	0.150**	0.114**
	C5_ARTIS Culture/Orientation artistique	0.134**	0.183**	0.148**
Motivations	E1_INDEP Indépendance	0.283**	0.298**	0.275**
	E2_LEISU Loisirs	-0.139**	-0.180**	-0.142**
	E3_CREAT Créativité	0.157**	0.227**	0.182**
	E4_RESOL Résolution de problème	0.019	0.075*	0.049**
	E5_SAFET Sécurité	-0.150**	-0.177**	-0.143**
Capacités et compétences	D1_KOMMU Compétences communicationnelles	0.162**	0.188**	0.172**
	D2_ORGA Compétences organisationnelles	0.090**	0.135**	0.099**
	D3_TEAM Capacité de travailler en équipe	0.048**	0.035	0.048**
	D4_TECH Compétences techniques/scientifiques	0.064**	0.113**	0.065**
	D5_BUERO Capacités liées au travail administratif	0.036*	0.020	0.034**
Obstacles	F1_CAPIT Capital	-0.077**	-0.040	-0.076**
	F2_KONJU Conjoncture	-0.109**	-0.149**	-0.101**
	F3_RISIK Préparation à la prise de risque	-0.191**	-0.159**	-0.174**
	F4_ENGAG Engagement	-0.104**	-0.094*	-0.093**

Figure 7: Analyse des corrélations avec la force entrepreneuriale des étudiants (= signifiante des deux côtés sur un niveau de 1% ; * = signifiante des deux côtés sur un niveau de 5%)**

Pour les premières interprétations, nous avons pris en compte l'ensemble de l'échantillon (n=8'816). La corrélation avec les *traits de personnalité* est plutôt faible dans l'ensemble. La corrélation la plus élevée concerne l'orientation artistique et culturelle, avec une valeur significative de 0.148, ainsi que la stabilité émotionnelle (0.114).

Pour ce qui est des motivations professionnelles, on constate que la valeur la plus élevée se situe dans l'aspiration à l'indépendance (0.275). Cela signifie que plus le désir d'indépendance des étudiants est fort, plus haute sera la force entrepreneuriale. La deuxième corrélation la plus forte concerne la créativité (0.182) : plus le souhait de s'épanouir dans la créativité est fort chez les étudiants, plus haute sera la force entrepreneuriale. L'orientation vers la sécurité et la préférence pour les loisirs jouent contre la force entrepreneuriale ; la corrélation est donc considérablement plus faible.

Les *compétences et capacités* jouent manifestement un rôle secondaire dans la force entrepreneuriale des étudiants. On ne peut constater de corrélation acceptable que pour ce qui est de la compétence communicationnelle. Tous les autres facteurs montrent une faible corrélation.

En ce qui concerne les *obstacles perçus*, on constate tout d'abord que la préparation à la prise de risque représente un réel obstacle. Même si le manque de capital correspond le plus souvent à l'obstacle le plus important pour les étudiants, la corrélation négative avec la force entrepreneuriale est très faible.

Pour les analyses qui suivent, nous nous focaliserons sur les neuf facteurs qui exercent une influence significative avérée sur la force entrepreneuriale: la stabilité émotionnelle (C4), l'orientation artistique et culturelle (C5), l'aspiration à l'indépendance (E1), la créativité (E3), la recherche de sécurité (E5), les compétences communicationnelles (D1), la conjoncture (F2), la préparation à la prise de risque (F3) et l'engagement (F4).

5.2.3 Analyse des corrélations par région linguistique

Nous allons voir ci-après dans quelle mesure les neuf facteurs susmentionnés présentent une corrélation fondamentalement différente selon la région linguistique. Les corrélations concernant les *traits de personnalité* mettent en évidence le fait qu'en Suisse romande, l'impact de la stabilité émotionnelle et de l'orientation culturelle et artistique est plus fort sur la force entrepreneuriale qu'en Suisse alémanique.

Quant aux *motivations professionnelles*, seules de faibles différences apparaissent entre les régions linguistiques dans la recherche de l'indépendance et dans l'orientation vers la sécurité. L'orientation

vers la créativité joue toutefois en Suisse romande un rôle clairement plus important dans la constitution de la force entrepreneuriale.

La situation liée aux *capacités et compétences* peut être évaluée quasiment de la même manière : les compétences communicationnelles jouent plus ou moins le même rôle dans les deux régions.

Les résultats relatifs aux *obstacles perçus* apparaissent fortement divergents. L'évaluation conjoncturelle comme l'engagement personnel sont perçus en Suisse romande comme des obstacles plus importants, alors qu'en Suisse alémanique, c'est la préparation à la prise de risque qui joue un rôle prépondérant.

6 Synthèse et recommandations

Tous les résultats ne peuvent être expliqués uniquement à la lumière d'un simple modèle descriptif. Ils représentent davantage une base pour des recherches de type multifactoriel et le début d'une recherche à long terme. Il importe toutefois de tirer les premières implications sur la manière dont l'activité entrepreneuriale des étudiants peut encore être encouragée et dont les différences régionales peuvent être prises en considération, le cas échéant.

Il apparaît ainsi que **la formation en entrepreneuriat** doit être moins axée sur les caractéristiques personnelles des étudiants que sur leurs motivations professionnelles.³⁴ L'aspiration à l'indépendance combinée à la créativité peut être le moteur du futur comportement entrepreneurial des étudiants. La créativité doit avant tout être encouragée en Suisse romande. La formation classique orientée vers la transmission de connaissances spécialisées joue ici plutôt un rôle de frein ; les concepts et instruments appris par cœur ne favorisent en effet pas l'action. Il s'avère urgent d'exploiter d'autres voies didactiques permettant d'inciter à l'indépendance de pensée pour donner une poussée à la créativité. Ceci d'autant plus que l'entrepreneuriat suppose des procédés fortement orientés vers l'action.

Les résultats soulignent que le savoir interdisciplinaire, qui correspond à une forme de savoir hautement complexe, doit être développé chez les étudiants. Dès lors, la question se pose de savoir comment l'entrepreneuriat peut être encouragé dans les hautes écoles spécialisées et les universités.

³⁴ Bien que pour les étudiants romands, l'orientation vers l'art et la culture et la stabilité émotionnelle s'avère revêtir une certaine importance. Cette orientation peut justement servir de bouillon de culture à la créativité.

Cette recherche met en évidence différentes possibilités d'encourager les étudiants. D'une part, il serait faux de se focaliser sur un soutien financier. Un soutien sélectif est envisageable et répond à un souhait, mais seulement quand les projets sont concrets et ont du potentiel. Cette approche est proposée en Suisse par *venture.lab* (www.venturelab.ch) et *CTI-Startup* (www.ctistartup.ch). Il faut préciser toutefois que ces soutiens se concentrent sur des entreprises high-tech et que les projets possédant moins de potentiel technologique ne sont pas pris en compte. C'est pourquoi il s'avère nécessaire de développer une nouvelle forme d'aide, car les projets de start-up qui n'appartiennent pas au secteur des hautes technologies ont besoin d'un autre réseau.

Il faut offrir aux étudiants des plates-formes où la créativité peut être encouragée et vécue, et où la préparation à la prise de risque peut se développer dans le domaine entrepreneurial. Il faut ensuite travailler sur la motivation à travers des études de cas interdisciplinaires (Baldegger 2007), en s'assurant de transmettre un sain mélange de succès et d'engagement, sans omettre les périodes de vaches maigres. On ne doit ni transmettre de la crainte, ni faire miroiter des gains énormes.

Ceci demande cependant des hautes écoles spécialisées et des universités qu'elles n'axent pas seulement l'encouragement à l'entrepreneuriat sur les ressources (mise à disposition d'inputs) et/ou ne procèdent qu'à un transfert de connaissances académiques. Ces dispositifs sont en effet peu efficaces (Röpke 2001,6).

<i>Approche</i>	<i>Points forts</i>	<i>Niveau d'apprentissage</i>	<i>Efficacité</i>
Orientation vers les ressources	Mise à disposition d'inputs	Aucun	Basse
Académique	Enseignements et recherche	Transfert de savoir	Basse
Formation/Training/Coaching	Évolution personnelle	Accroissement des compétences	Basse à haute
Catalyse	Évolution du réseau Développement régional	Tous les niveaux	Haute

Figure 8: Dispositifs d'encouragement à l'entrepreneuriat (Röpke 2001, 6)

L'efficacité des dispositifs d'encouragement à l'entrepreneuriat peut être élevée si, à côté du savoir spécialisé, les compétences nécessaires à l'entrepreneuriat sont augmentées chez les étudiants – « individualistic entrepreneurial education » (Laukkanen 2000). L'entrepreneur potentiel se développe à travers la formation, le training et le coaching. Cette étude prouve notamment qu'en ce qui concerne les compétences et capacités, la compétence communicationnelle des étudiants joue un rôle déterminant. Il est certain que la capacité de présenter ses propres idées, de négocier habilement et les compétences dans le domaine de la vente sont essentielles pour un futur entrepreneur. Or, seul

l'accroissement des compétences ne suffit pas. Les étudiants doivent être activement intégrés dans les réseaux scientifique et économique.

Ceci force les hautes écoles à fonctionner comme charnière entre science, éducation et économie, et comme donneur d'impulsion, - une dynamo entrepreneuriale – pour la région. En tant que catalyseur de différents systèmes, une haute école met en relation non seulement la science et l'économie, mais également les vastes domaines du système éducatif. C'est pourquoi un encouragement à l'entrepreneuriat doit être instauré le plus tôt possible (youth entrepreneurship), et non seulement au moment des études dans une haute école.

Une haute école entrepreneuriale est intégrée activement dans le réseau régional et doit pouvoir élargir l'enseignement et la recherche sur l'entrepreneuriat afin d'allier nouvelles connaissances et actions, car à notre avis, l'entrepreneuriat ne peut être appris de manière théorique et l'apprentissage input-output n'est pas adéquat dans ce cas.

Annexe

6.1 Caractéristiques/ structure de l'échantillon

	Suisse romande (n=2'082) (part in % et n=)	Suisse alémanique (n=6'734) (part in % et n=)	Total (n=8'825) (part en % et n=)
<i>Âge moyen</i>	24,14 ans	25,06 ans	24,84 ans
<i>Niveau d'études:</i>	n=2'082	n=6'734	n=8'825
Bachelor	74,6%	50,7%	56,4%
Master	19,1%	39,8%	34,9%
PhD	6,2%	9,5%	8,7%
<i>Forme des études:</i>	n=2'082	n=6'734	n=8'825
Études à plein temps	80,6%	85,6%	84,4%
Études à temps partiel	19,4%	14,4%	15,6%
<i>Cours sur l'entrepreneuriat:</i>	n=2'082	n=6'734	n=8'825
Non	69,8%	72,9%	72,2%
Oui	22,2%	20,6%	21,0%
Non offert	7,9%	6,4%	6,8%
<i>Sexe:</i>	n=2'082	n=6'734	n=8'825
Hommes	58,5%	64,1%	62,8%
Femmes	41,5%	35,9%	37,2%
<i>Langue maternelle:</i>	n=1'832	n=6'197	n=8'036
Français	84,8%	2,6%	21,4%
Allemand	15,2%	97,4%	78,6%

6.2 L'index de la force entrepreneuriale

La construction de l'index se fonde sur deux questions du questionnaire utilisé. La première cherche à savoir si les étudiants avaient déjà pensé à l'éventualité de mener une existence indépendante sur le plan professionnel. Les réponses à cette question (une seule réponse possible) ont été pondérées dans le tableau ci-dessous.

Possibilité de réponse	Pts	Type de créateur d'entreprise
Non, jamais	1	Non-créateur
Oui, brièvement	3	Créateur potentiel
Oui, relativement concrètement	3	Créateur potentiel
Oui, mais j'en suis revenu	3	Créateur potentiel
Oui, j'ai la ferme intention de devenir indépendant	5	Créateur potentiel avancé
Oui, j'en ai déjà commencé la réalisation	5	Créateur potentiel avancé
Oui, je suis déjà indépendant	10	Créateur
Oui, j'étais indépendant mais ne le suis plus	10	Créateur

Dans un deuxième temps, nous avons demandé aux créateurs d'entreprise potentiels quelles activités concrètes ils avaient déjà entreprises, susceptibles de les mener à la création d'une entreprise (cf. figure 5). Plusieurs réponses étaient possibles et nous les avons évaluées comme suit :

Possibilités de réponse	Pts	Degré de concrétisation de l'activité
Rien entrepris	0	Inexistant
Identifié les premières opportunités d'affaires	0.25	Faiblement élevé
Répertorié les premières opportunités d'affaires par écrit	0.25	Faiblement élevé
Collecté des informations relatives à la création d'entreprise	0.25	Faiblement élevé
Participé à des cours relatifs à la création d'entreprise	0.25	Faiblement élevé
Formulé un businessplan	0.75	Relativement haut
Fixé la date de création de l'entreprise	0.75	Relativement haut
Conduit des entretiens avec des investisseurs potentiels	0.75	Relativement haut
Développé un prototype du produit/service	0.75	Relativement haut

Le nombre de points minimum qu'un étudiant peut obtenir est 1 (non-créateur qui n'a encore jamais pensé à devenir indépendant) et le nombre maximum est 10 (étudiant qui a déjà créé une entreprise). Sur la base des valeurs moyennes des différentes hautes écoles spécialisées et universités ainsi que des pays, l'index a été calculé sur une valeur maximale de 100.

6.3 Evaluation des indicateurs

Factor	Number of items	Cronbachs Alpha (standardised)
Traits de personnalité (Big 5)		
Extraversion	5	0.8298
Sérieux	5	0.8312
Stabilité émotionnelle	5	0.7625
Culture/ orientation artistique	5	0.7443
Tolérance	5	0.6503
L'indice KMO: 0,821; Bartlett significance 0,000; Explained total variance of the construct: 56,6%		
Motivations professionnelles		
Orientation vers la sécurité	2	0.8346
Orientation vers les loisirs	5	0.7608
Créativité	2	0.7038
Orientation vers l'indépendance	5	0.6892
Orientation vers l'optimisation/amélioration	2	0.6857
L'indice KMO: 0,771; Bartlett significance 0,000; Explained total variance of the construct: 59,5%		
Capacités et compétences		
Compétences communicationnelles	5	0.7429
Compétences organisationnelles	3	0.7064
Compétences techniques/scientifiques	2	0.5707
Travail en équipe	2	0.4610
Capacité d'expression et travail administratif	2	0.3253
L'indice KMO: 0.795; Bartlett significance 0.000; Explained total variance of the construct: 60,9%		
Obstacles au processus de création d'entreprise		
Conditions économiques	2	0.8458
Disponibilité du capital	3	0.7557
Préparation à la prise de risque	3	0.5951
Liberté d'action	3	0.5708
L'indice KMO: 0.788; Bartlett significance 0.000; Explained total variance of the construct: 54.0%		

6.4 Comparaison des moyennes

Nous avons tenté, tout au long de cette contribution, de mieux comprendre la différence entre les deux régions linguistiques relativement à leur force entrepreneuriale. Nous proposons ci-dessous une comparaison des moyennes des facteurs qui exercent une influence avérée sur la force entrepreneuriale.

	CIFE_4k	VM Ia: Suisse além.	VM IIb: Suisse romande	T-Test (sgnif)	Ecart- type Ia: Suisse além.	Ecart- type IIb: Suisse romande	Test F(sgnif) [Hartley's F-max- Test]	Variance (non homogène/ homogène)
Personnalité	C1_EXTRO	4.417	4.392	0.278	0.831	0.816	0.384	homogène
	C2_TOLER	4.496	4.378	0.000*	0.591	0.564	0.021*	non homogène
	C3_CONSC	4.532	4.458	0.001*	0.770	0.856	0.000*	non homogène
	C4_EMOTI	4.446	4.330	0.000*	0.706	0.679	0.056	homogène
	C5_ARTIS	4.144	4.103	0.043*	0.703	0.736	0.020*	non homogène
Motivations	E1_indep	4.485	4.534	0.015*	0.705	0.698	0.619	homogène
	E2_leisu	3.374	3.622	0.000*	0.843	0.883	0.019*	non homogène
	E3_creat	4.369	4.583	0.000*	1.009	0.965	0.026*	non homogène
	E4_resol	3.679	4.058	0.000*	0.988	1.014	0.194	homogène
	E5_safet	4.725	4.809	0.004*	1.009	1.010	0.958	homogène
Compétences	d1_kommu	4.417	4.457	0.045*	0.704	0.687	0.228	homogène
	d2_orga	4.784	4.595	0.000*	0.706	0.701	0.722	homogène
	d3_team	4.500	4.458	0.064	0.800	0.852	0.002*	non homogène
	d4_tech	4.869	4.605	0.000*	0.902	0.976	0.000*	non homogène
	d5_buero	4.862	4.955	0.000*	0.675	0.689	0.291	homogène
Obstacles	f1_capit	4.466	4.329	0.000*	0.973	0.950	0.231	homogène
	f2_konju	3.230	3.841	0.000*	1.013	1.105	0.000*	non homogène
	f3_risik	3.980	3.796	0.000*	0.991	1.105	0.000*	non homogène
	f4_engag	3.160	3.420	0.000*	0.948	1.007	0.002*	non homogène

Figure 8: Valeurs moyennes des indicateurs

7 Bibliographie

- Arvanitis, S.; Marmet, D. (2001):** Unternehmensgründungen in der schweizerischen Wirtschaft. Bern: Seco.
- Baldegger, R. (2007):** Entrepreneurial Strategies and innovation, Growth-Publisher, Fribourg/Bern/New York.
- Baum, B. (2001):** Existenzgründungspotenziale am RheinAhrCampus. Unveröffentlichtes Arbeitspapier. (sans date).
- Begley, T. E.; Boyd, D. P. (1987):** Psychological Characteristic Associated With Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Brinckmann, J.; Salomo, S.; Gemünden, H. G. (2006):** Managementkompetenz in jungen Technologieunternehmen. Dans: Achleitner, Ann-Kristin; Klandt, Heinz; Koch, Lambert, T.; Voigt, Kai-Ingo (Eds.). *Jahrbuch Entrepreneurship 2005/06. Gründungsforschung und Gründungsmanagement*. Berlin, Heidelberg: Springer. 15-37.
- Cromie, S.; Johns, S. (1983):** Irish entrepreneurs: Some personal characteristics. *Journal of Occupational Behavior*. 4, 317-324.
- Douglas, E.J.; Shepherd, D.A. (2003):** Selbständigkeit als Karrierewahl: Einstellungen, unternehmerische Absichten und Nutzenmaximierung. *Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen*. 1. 26-39.
- EVD 2004:** Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD. Die KMU-Politik des EVD. 2003.
- Fallgatter, Michael (2004):** Entrepreneurship: Konturen einer jungen Disziplin. *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*. 56; 1. 23-44.
- Franke N., Lüthje Ch. (2002):** Studentische Unternehmensgründungen - dank oder trotz Förderung. *Schmalenbachs Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung*, 2000, Vol. 54 (März). 96-112.
- Fueglistaller, U.; Halter, F.; Blickle, D. (2004):** *Swiss Survey on Collegiate Entrepreneurship 2004. Auswertung einer Erhebung an sechs Schweizer Universitäten und Fachhochschulen*. St. Gallen: KMU-HSG.
- Fueglistaller, U.; Halter, F.; Hartl, R. (2004):** Unternehmertum im universitären Umfeld. In: *Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen. Internationales Gewerbearchiv*. 52, 1, 2004. 15-31.
- Fueglistaller, U.; Halter, F.; Hartl, R. (2003):** Ansätze zur zielgerichteten Entrepreneurship-Förderung an Universitäten. 7. Interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung 2003. München, vom 5. bis 7. November 2003.
- Fueglistaller, U.; Volery, Th.; Halter, F. (2003):** *Swiss Survey on Collegiate Entrepreneurship 2003*. St. Gallen: KMU-HSG.
- Green, R.; David, R.; Dent, M. (1996):** The Russian entrepreneur: A study of psychological characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behavior*. Jg. 2, Nr. 1. 48-58.
- Grichnik, D.; Hisrich, R. D. (2005):** International Entrepreneurship: The Case of the Unified Germany. Achleitner, Ann-Kristin; Klandt, Heinz; Koch, Lambert, T.; Voigt, Kai-Ingo (Eds.). *Jahrbuch Entrepreneurship 2004/05. Gründungsforschung und Gründungsmanagement*. Berlin, Heidelberg: Springer. 77-100.
- Golla, Halter, Fueglistaller, Klandt (2006):** Gründungsneigung Studierender - Eine empirische Analyse in Deutschland und der Schweiz. *Achleitner, Ann-Kristin; Klandt, Heinz; Koch, Lambert T.; Voigt, Kai-Ingo (Eds). Jahrbuch Entrepreneurship 2005/2006. Gründungsforschung und Gründungsmanagement*. Berlin: Springer, 2006. 209-237.
- Golla, St.; Holi, M.T.; Klandt, H. (2003):** Entrepreneurial Spirit of German Students - An Explorative Study among the European Business School. In: *Klandt, H.; Zaki Abu Bakar, A. (Eds). Internationalizing entrepreneurship education and training*. Köln: Eul. 185-202.
- Görisch, J. (2001):** Studierende und Selbständigkeit. *Klandt, H.; Weihe, H.. Gründungsforschungs-Forum 2001*. Köln 2001. 17-33.
- Harabi N.; Meyer R. (2000):** Die neuen Selbständigen: Forschungsbericht. Reihe B: Sonderdruck 2000. Olten: Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz.
- Kailer, N. (2005):** Konzeptualisierung der Entrepreneurship Education an Hochschulen: Empirische Ergebnisse, Problemfelder und Gestaltungsansätze. *Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship*. 53, No 3. 165-184.
- Kailer N.; Sokolish K. (1999):** Auswahlverhalten, Beweggründe, hemmende und fördernde Faktoren des Studiums im FH-Studiengang Unternehmensführung für die mittelständische Wirtschaft. Wien.
- Katz, J.a.; Gartner, W.B. (1988):** Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*. Vol. 13. 429-441.

- Klandt (1984):** Aktivität und Erfolg des Unternehmungsgründers. Eine empirische Analyse unter Einbeziehung des mikro-sozialen Umfeldes. Bergisch Gladbach: Eul Verlag.
- Korunka, Christian; Kessler, Alexander (2005):** Prädiktoren der Realisierung von Unternehmensgründungen: eine Längsschnittanalyse. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*. 75, No 11. 1053-1075.
- Laukkanen, Mauri (2000):** Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth. *Journal of Regional Development and Entrepreneurship*. Vol. 12, no. 1, January, 25-47.
- McClelland, D.C. (1961):** Characteristics of successful entrepreneurs. 3rd creativity, innovation, and entrepreneurship symposium, Framingham: Small Business Administration.
- Mugler, J.; Plaschka, G. (1987):** Stand und Perspektiven der empirischen Gründungsforschung in Österreich. *Journal für Betriebswirtschaftslehre*. No 4. 156f.
- Naffziger, Douglas W.; Hronsby, Jeffrey S.; Kuratko, Donald F. (1994):** A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. *Entrepreneurship Theory & Practice- Spring 1994*. 29-42.
- Otten, C. (2000):** Einflussfaktoren auf Nascent Entrepreneurs an Kölner Hochschulen. Arbeitspapier Nr. 2000-03. Köln: Universität Köln.
- Rauch / Frese (2000):** Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and an Overview of Findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. 101-141.
- Jochen Röpke (2001):** Zur Förderung von akademischen Unternehmensgründungen: Überarbeitetes Vortragsmanuskript. Fachkonferenz *Wissenschaft und Wirtschaft im regionalen Gründungskontext*, Fraunhofer Institut Systemtechnik und Innovationsforschung, Karlsruhe 5. und 6. April 2001.
- Schmelter, Anja (2004):** Entwicklungsverläufe forschungsnaher Unternehmensgründungen und deren Determinanten. *Die Betriebswirtschaft*. 64 . No 4. 471-486.
- Seco (2004):** Damit aus Ideen Unternehmen werden. Präsentation der Task-Force KMU. Bern: Staatssekretariat für Wirtschaft.
- Utsch, A.; Rauch, A, et al. (1999):** Who becomes a small-scale entrepreneur in a postsocialist environment? In the differences between entrepreneurs and managers in East Germany. *Journal for Small Business Management*. 37, No 3. 31-42.
- Volery, Bergmann, Haour, Leleux 2006:** GEM - Global Entrepreneurship Monitor, Bericht 2005 zum Unternehmertum in der Schweiz und weltweit. St. Gallen und Lausanne, Februar 2006