Quel(s) besoin(s) d'accomplissement pour quelles carrières ? Une exploration dans le contexte tunisien pour mieux comprendre l'attrait pour la carrière entrepreneuriale

What need (s) of achievement for which careers? An exploration in the Tunisian context to better understand the interest for the entrepreneurship career.

Ilia Taktak Kallel

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ree/5929>

DOI : 10.4000/ree.5929

ISSN : 1954-3077

Éditeur

Université de Nantes

Référence électronique

Ilia Taktak Kallel, « Quel(s) besoin(s) d'accomplissement pour quelles carrières ? Une exploration dans le contexte tunisien pour mieux comprendre l'attrait pour la carrière entrepreneuriale », *Recherches en éducation* [En ligne], 14 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2012, consulté le 07 juillet 2021. URL : <http://journals.openedition.org/ree/5929> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ree.5929>

Recherches en éducation est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Quel(s) besoin(s) d'accomplissement pour quelles carrières ?

Une exploration dans le contexte tunisien pour mieux comprendre l'attrait pour la carrière entrepreneuriale

Ilia Taktak Kallel¹

Résumé

Le besoin d'accomplissement est reconnu pour être l'un des plus puissants moteurs de l'activité humaine. Il est largement admis, après les travaux de Mc Clelland (1961), que les entrepreneurs sont particulièrement habités par ce besoin. Ce dernier est-il l'apanage de certains individus ? S'exprime-t-il de la même manière d'une culture à une autre ? Si le travail est l'occasion de revisiter ces différentes questions, l'ambition est de comprendre quels besoins psychologiques et valeurs sont congruents avec quelles préférences de carrière dans le contexte tunisien et – in fine – de cerner certains des moteurs qui peuvent expliquer l'attrait pour la carrière entrepreneuriale. Pour ce faire, une enquête par questionnaire a été menée auprès de 213 étudiants d'une école de commerce à Tunis. Les résultats obtenus révèlent notamment que le besoin d'accomplissement est surtout relié aux situations d'indécision en matière de préférences de carrière, alors que l'attrait pour la carrière entrepreneuriale va significativement de pair avec la recherche d'une certaine qualité de vie, ce qui nous a amené à avancer l'idée d'une « féminisation » des valeurs de ceux qui expriment une préférence pour la création d'entreprise, même si cette dernière reste une carrière largement masculine.

Le besoin d'accomplissement est l'une des plus puissantes motivations psychologiques associées aux entrepreneurs depuis les travaux de Mc Clelland (1961, 1969). Ces travaux continuent à faire référence en entrepreneuriat et font eux-mêmes écho à la thèse weberienne selon laquelle l'entrepreneur est celui qui incarne au plus haut point les valeurs comme l'accumulation, la réalisation de soi, l'autonomie et la réussite (Weber, 1964, première édition 1947). Pourtant, le caractère largement consensuel et médiatisé de ces préconisations ne laisse pas sans susciter certaines interrogations. En l'occurrence :

- le besoin d'accomplissement est-il définitivement acquis, clairement défini ? Est-ce un concept universel ou un concept dont la signification même est contingente ?
- dans la mesure où chaque individu est censé être animé par le besoin de réussir son projet de vie et de carrière, est-ce que ceux qui sont attirés par des carrières autres qu'entrepreneuriales ne sont pas mus par ce besoin ?

Ces interrogations nous ont amené à questionner le sens donné à la réussite par une population de jeunes étudiants dans une école de commerce en Tunisie. Outre l'intérêt d'approfondir cette question qui relève du registre des besoins et valeurs des jeunes dans le contexte étudié, la finalité de l'étude est de comprendre quelles teneurs du besoin d'accomplissement sont congruentes avec quelles préférences de carrière et – in fine – de cerner les besoins et valeurs

¹ Maître-assistante à l'Ecole Supérieure de Commerce de Tunis, Université de La Manouba et membre du Laboratoire de recherche Economie et Stratégie des Affaires (ECSTRA), Université du 7 Novembre de Tunis.

congruents avec l'attrait pour la carrière entrepreneuriale. L'étude ambitionne donc de rendre intelligibles certaines des logiques sous-jacentes aux choix de carrière (et notamment de la carrière entrepreneuriale) dans le contexte tunisien. En l'occurrence, nous tenterons de répondre aux deux questions de recherche suivantes : comment le besoin d'accomplissement s'exprime-t-il dans le contexte étudié ? Dans quelles mesures ce besoin explique-t-il l'attrait pour la carrière entrepreneuriale ?

L'étude ambitionne donc d'enrichir et de réactualiser la connaissance sur les motivations de ceux qui sont attirés par l'entrepreneuriat. En outre, elle ouvre la voie à un approfondissement de l'influence des valeurs et des croyances collectives et de la culture sur le déclenchement et l'orientation des comportements individuels envers l'entrepreneuriat. Outre l'intérêt théorique d'explorer ces différentes questions, les spécialistes et responsables de l'orientation, les décideurs institutionnels, les enseignants-chercheurs et les accompagnateurs en amont du processus entrepreneurial dans le contexte étudié pourraient trouver dans cette recherche des pistes de réflexion et de réponses prometteuses.

Le cadre théorique adopté est celui des ancrs de carrière. Après l'avoir explicité, nous examinerons le besoin d'accomplissement sous différents éclairages psychosociologiques. Enfin, nous explorerons nos questions de recherche dans le contexte tunisien.

1. Cadre théorique : les ancrs de carrière

Les divers objectifs qui peuvent être poursuivis par les individus à travers le choix de carrière ont fait l'objet d'un intérêt particulier à travers la notion d'« ancrs de carrière ». Après une explicitation de cette notion, nous examinerons son applicabilité pour la carrière entrepreneuriale.

■ Définition d'une ancre de carrière

Une ancre de carrière réfère aux motivations et valeurs que l'individu tente de mettre en œuvre dans ses orientations de carrière. Elle correspond à ce que l'individu considère de plus important et de non négociable dans sa carrière (Schein, 1978, p.128) ; elle guide et contraint toutes les décisions majeures dans ce domaine et c'est donc un facteur privilégié pour saisir les aspirations individuelles et pour prédire l'orientation que l'individu souhaite donner à sa carrière (Igbaria & al., 1991). De nombreux auteurs considèrent que la théorie des ancrs de carrière proposée par Schein (1978) constitue une contribution majeure pour comprendre les cheminements de carrière des individus (Feldman & Bolino, 1996). La notion d'ancrs de carrière est étroitement liée aux valeurs, croyances, attitudes et besoins de l'individu. Selon Schein (1978, p.125), une ancre de carrière s'articule autour de trois dimensions : les talents et habiletés, les valeurs, et les motivations et besoins. Il semble que les ancrs de carrière puissent se concevoir essentiellement comme des valeurs qui guident les décisions de carrière (Tremblay, Wils & Wils, 2006).

Schein (1985) propose huit ancrs de carrière : « Compétence fonctionnelle/technique », « Compétence en gestion », « Autonomie/ indépendance », « Sécurité/stabilité », « Créativité entrepreneuriale », « Service ou dévouement à une cause », « Défi pur ou variété » et « Style ou qualité de vie ». Dans ses travaux ultérieurs (Schein, 1996, p.81), l'auteur précise que « la plupart des gens découvrent qu'une de ces huit catégories est leur ancre, ce à quoi ils ne renonceront pas ».

D'autres auteurs ont adopté des approches analogues pour analyser les orientations de carrière. Derr (1986), par exemple, a mis en évidence cinq types d'orientation qu'il appelle des « cartes de succès de carrières » : « Aller de l'avant », « Assurer la sécurité », « Etre libre », « Aller plus haut » et « Atteindre l'équilibre ». Ces orientations ressemblent aux ancrs de Schein, mais elles privilégient les motivations fondamentales plutôt que les intérêts professionnels (Roger, 2006).

Un postulat implicite de la théorie des ancrs de carrière est qu'un individu ne possède qu'une seule ancre dominante. En effet, la multiplicité des ancrs de carrière (indifférenciation) signifierait une incongruence entre la personne et son milieu (Schein, 1978). Ce postulat a été discuté par certains auteurs. Ainsi, Feldman et Bolino (1996) expliquent l'indifférenciation par le fait que les ancrs font référence à des talents, mais également à des besoins et/ou valeurs et que cette indifférenciation relève parfois de l'indécision face à certains choix de carrière.

■ **Le choix de la carrière entrepreneuriale**

Dyer (1994) a déploré que les développements de la recherche, d'une part sur le déroulement des carrières, et d'autre part sur le phénomène entrepreneurial, aient été conduits de manière parallèle. Les études consacrées aux carrières ont souvent ignoré la carrière entrepreneuriale, probablement parce que cette dernière ne se prête pas aux concepts de mouvement et de progression, fondements de la vision classique de la carrière (Hourquet & Roger, 2002), et en raison de la difficulté d'assimiler la création d'entreprise à un métier². Quelques chercheurs ont néanmoins tenté d'agréger ces deux cadres théoriques. Ainsi, Dyer (1994) a proposé un cadre théorique imposant, qui intègre une théorie du choix de carrière, une théorie de la socialisation, une théorie de l'orientation de carrière et une théorie des rôles successifs (Hourquet & Roger, 2002).

De façon générale, l'intention de suivre une carrière entrepreneuriale est souvent considérée comme centrale dans la compréhension de ce choix de carrière (Krueger, 1993 ; Crant, 1996). Aussi, n'est-il pas étonnant que des modèles intentionnels – « Modèle de formation de l'événement entrepreneurial » (Shapero & Sokol, 1982) ; « Théorie du comportement planifié » (Ajzen, 1991) – constituent des matériaux conceptuels incontournables dans le champ de l'entrepreneuriat. Ces modèles reposent grandement sur la perception de désirabilité du comportement entrepreneurial (Shapero) ou encore les attitudes et normes subjectives vis-à-vis de ce comportement (Ajzen). Ces attitudes et perceptions sont elles-mêmes la résultante de plusieurs autres variables individuelles, socioculturelles et contextuelles (valorisation du statut d'entrepreneur dans le milieu, besoins d'accomplissement et d'indépendance de l'individu, valeurs, besoins, croyances et attitudes...). En l'occurrence, la Théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) s'inspire largement de la psychologie sociale et est une théorie majeure de la motivation. Le passage d'une logique d'intention à une logique d'action entrepreneuriale est ensuite tributaire de la perception de contrôle du comportement, de l'avènement d'un déclencheur et de la propensivité de l'individu à agir selon ses intentions. Ce cadre de référence souligne donc également l'importance des besoins psychologiques et valeurs dans le choix du comportement.

Nous allons alors tenter de saisir le besoin d'accomplissement suivant les principales contributions qui ont permis de l'éclairer, et de comprendre le rôle que ce besoin peut jouer pour mener l'individu à privilégier certaines ancrs de carrière.

2. Le besoin d'accomplissement dans les théories de la motivation

Le besoin d'accomplissement a été identifié par le psychologue américain Murray (1938) comme l'un des besoins fondamentaux à la source de la plupart des conduites humaines. Il se caractérise par le fait de mener des efforts intenses, prolongés et répétés pour accomplir quelque chose de

difficile ; de travailler dans une intention spécifique vers un but élevé et lointain ; et de manifester la puissance de sa volonté en surmontant l'ennui et l'épuisement (Murray, 1938).

² Dans sa description de la fonction d'entrepreneur, Schumpeter (1928) montre qu'être entrepreneur ne correspond ni à un statut ni à un métier, et que cette fonction n'est pas exercée en permanence, ni forcément accomplie par une seule personne.

Dans les théories de la motivation, le besoin d'accomplissement a été essentiellement étudié dans deux perspectives : celles du contenu de la motivation et celle de processus de motivation. Ces deux perspectives d'analyse relèvent elles-mêmes des approches internes de la motivation, c'est-à-dire celles postulant que l'individu est fondamentalement motivé par des facteurs intrinsèques.

■ *Le besoin d'accomplissement dans les théories du contenu de la motivation*

Ces théories cherchent à comprendre ce qui motive les individus à avoir un comportement. Elles sont nécessaires à la compréhension du déclenchement ou non des comportements. Elles relèvent pour la plupart de la psychologie humaniste qui prône une vision positive de la motivation et du fonctionnement humains – les individus ont besoin de progresser et de développer leurs potentiels et leurs capacités – mais également une logique adaptative – le « besoin d'auto-actualisation » permet de traverser les vicissitudes de la vie (Rogers, 1951). Ainsi, pour Maslow (1943, 1954, 1968) – « Pyramide des besoins humains » – le besoin d'accomplissement ou de réalisation de soi est le summum et le plus abouti des besoins humains ; c'est un trait psychologique propre à certaines personnes : ces dernières se lanceraient des défis ou des buts ultimes et chercheraient à s'accomplir dans sa vie professionnelle et affective. La réalisation de soi selon Maslow (1968) correspond au fait que l'homme doit devenir « davantage lui-même » ; être plus mûr, intégré, autonome, attentif à sa propre personnalité et indépendant de ses besoins de base. Mais pour y parvenir, il y a des conditions préalables de libération de la crainte et des blocages, de liberté d'expression et de justice.

Pour Alderfer (1969) – « Théorie des besoins SRP (Subsistance, Relation et Progression) » – le besoin d'accomplissement est l'un des besoins les plus abstraits (besoin de développement personnel/progression), dont la non-satisfaction peut amener la personne à se rabattre sur le type de besoin immédiatement inférieur (dans l'intention de mieux consolider son acquis, suivant un processus de « frustration-régression » concomitant au processus de satisfaction-progression de Maslow.

Quant à Mc Clelland (1961, 1969) – « Théorie de la motivation par l'accomplissement » – qui a largement démontré la prégnance du besoin d'accomplissement chez les entrepreneurs, ce besoin se caractérise par l'envie de réussir et de recevoir un feed-back positif, et l'évitement des situations extrêmes (très ou très peu risquées). Mc Clelland montre ainsi que la volonté de réussir est une auto-motivation puissante. C'est un mobile incitateur à l'atteinte d'un but conforme à des normes d'excellence, qui peuvent être sociales (par exemple rivaliser avec autrui) ou directement reliées à la situation ou à la tâche (par exemple être plus performant dans une tâche donnée) (Quoniam & Bungener, 2004). Mc Clelland établit que les personnes hautement performantes ont une capacité de projection dans un avenir désirable, aiment relever les défis et être autonomes, veulent se fixer leurs propres buts et évitent de les choisir trop simplistes, abstraits ou inaccessibles en optant pour le plus difficile de ce dont ils pensent raisonnablement venir à bout, évitent l'inefficacité épuisante et préfèrent les tâches qui leur offrent des récompenses qu'il leur est possible d'évaluer (Louart, 2002).

Pour Friedman et Rosenman (1974), le « facteur A » que l'on pourrait isoler des positions de Mc Clelland et qui serait propice à la création d'entreprise est un ensemble complexe d'actions et d'émotions qui peut être observé chez toute personne qui se fait constamment force pour réaliser de plus en plus de choses en moins en moins de temps.

■ *Le besoin d'accomplissement dans les théories du processus de motivation*

Ces théories tentent de comprendre comment les individus sont motivés pour un comportement. Elles réservent un rôle essentiel aux perceptions, attentes et valeurs et aux conditions dans lesquelles le sujet agira ou se résignera (Quoniam & Bungener, 2004). Parmi ces théories, nous

évoquerons notamment la Théorie du mobile à l'accomplissement d'Atkinson (1957) et la Théorie de l'autodétermination de Deci et Ryan (1985, 2000). La Théorie du mobile à l'accomplissement d'Atkinson (1957) montre que l'individu établit des choix de comportement en fonction d'une force (motivation) issue de l'interaction de six facteurs :

- la recherche du succès,
- l'évitement de l'échec (frein au déclenchement ou à l'intensité du comportement),
- l'évaluation subjective de la probabilité de réussite dans la poursuite des buts,
- l'évaluation subjective de la probabilité d'échec dans la poursuite des buts,
- l'évaluation subjective des affects positifs,
- l'évaluation subjective des affects négatifs.

La motivation au succès correspond au mobile de l'accomplissement décrit par Mc Clelland. Par ailleurs, comme le mobile « rechercher le succès », le mobile « éviter l'échec » est considéré comme une prédisposition stable du sujet (pour éviter les situations de forte anxiété). L'individu posséderait simultanément ces deux mobiles en lui. La tendance résultante à l'accomplissement serait la différence entre les deux tendances. Cette théorie part du postulat que l'homme se comporte de manière hédoniste dans ses choix d'action, en adoptant des comportements visant à l'obtention de résultats associés à la plus grande valeur ou utilité globale positive perçue (Kanfer, 1990, p.113).

Quant à la Théorie de l'autodétermination (Deci & Ryan, 1985 ; Ryan & Deci, 2000) qui s'inscrit dans une perspective cognitive, elle apporte un nouvel éclairage sur la réalisation de soi, en avançant que cette dernière passe par la satisfaction des trois besoins psychologiques fondamentaux d'autonomie, de compétence et d'affiliation interpersonnelle. La cohérence de ces besoins avec les valeurs et l'image de soi de l'individu lui permet d'être autodéterminé. La satisfaction de ces besoins « innés » est vue comme un but « naturel » de la vie. Avec cette théorie, on postule que ces trois besoins sont présents chez tous et opérants, quels que soient les domaines de l'activité humaine, les cultures et les stades du développement psychologique. En revanche, ce sont les façons d'exprimer ces besoins et les moyens d'y répondre qui varient.

En dépit de l'importance de ces travaux, certaines remarques et critiques ont induit la nécessité de relativiser le caractère universaliste des besoins et d'admettre la contingence des formes qu'ils peuvent prendre. Dans cette perspective, les valeurs sont de bons cadres de compréhension de la motivation. Elles montrent le poids des conditionnements socioculturels et l'existence d'une hiérarchisation socialement aménagée des besoins (Louart, 2002).

■ **Les valeurs d'accomplissement**

Les valeurs sont un des liens importants qui existent entre les besoins des individus et l'action, même si ce n'est pas le seul (Locke, 1991). Pour un même besoin, les valeurs permettent de différencier les réponses apportées par les individus. Contrairement aux besoins, elles sont une élaboration consciente et hiérarchisée, qui détermine l'action de l'individu. Les valeurs sont de ce fait acquises et non innées, ce qui les distingue fondamentalement des besoins. Dans cet esprit, Schwartz (1987) définit les valeurs comme étant la traduction de types de buts ou de domaines de motivation relatifs à des besoins universels, recherchés par l'individu tout au long de sa vie. Rokeach (1973, p.20) ajoute que les valeurs sont également l'émanation d'une demande sociale et institutionnelle. Une fois transformés en valeurs, les besoins deviennent socialement désirables et défendables.

Les valeurs ont donc une place centrale dans la motivation d'agir. En revanche, selon leur type (les besoins auxquels elles renvoient ; le fait qu'elles fassent ou non appel à des jugements sur soi et les autres), les valeurs ont un impact différent sur les conduites des individus. Ainsi, des valeurs d'affirmation de soi (Pouvoir, Accomplissement) n'auront probablement pas la même influence que des valeurs de Transcendance de Soi (Bienveillance et Universalisme) (Schwartz, 1996).

Les typologies de valeurs les plus citées sont celles de Schwartz et de Rokeach. Schwartz (1990, 1994) propose dix « domaines motivationnels », soubassement des valeurs fondamentales universelles : pouvoir, accomplissement, hédonisme, stimulation, autonomie, universalisme, bienveillance, tradition, conformité et sécurité. Ces domaines motivationnels ne sont pas indépendants les uns des autres puisqu'ils peuvent être compatibles entre eux ou antagonistes.

Dans les travaux de Schwartz, la « recherche d'accomplissement de soi-même » apparaît comme un domaine motivationnel à part. Ces travaux réfèrent eux-mêmes à ceux de Maslow (1954), Mc Clelland (1961) et Rokeach (1973). Les expressions associées à ce besoin sont l'accomplissement, la compétence et le succès. Les valeurs associées au besoin d'accomplissement sont le fait d'être capable, l'ambition et la reconnaissance sociale, et ce domaine motivationnel serait en opposition ou en contiguïté avec l'orientation sociale, la sécurité, la bienveillance et l'universalisme (l'altruisme) (Schwartz & Bilsky, 1987, 1990).

Quant à Rokeach (1973), il a fait l'opposition entre les valeurs terminales (renvoyant à des buts de l'existence) et les valeurs instrumentales (renvoyant à des modes d'être et d'agir pour parvenir aux buts). Dans la typologie à 36 valeurs (terminales et instrumentales) établie par cet auteur, le « sentiment d'accomplissement », la « liberté » et la « reconnaissance sociale » apparaissent comme des valeurs terminales, alors que « l'ambition », « la compétence » et « l'indépendance d'esprit » apparaissent comme des valeurs instrumentales. Dans cette logique, le sentiment d'accomplissement est une valeur terminale (distincte de la reconnaissance sociale), alors que la compétence, l'indépendance d'esprit et d'autres valeurs qui pourraient relever de l'affiliation apparaissent comme des valeurs instrumentales.

En guise de synthèse, le besoin d'accomplissement est une motivation contingente, d'une part aux individus, sans en être une caractéristique psychologique fixe, et d'autre part, à leur environnement. Il n'obéit pas à un modèle unique (Denjean, 2006). Il apparaît tantôt comme un trait de caractère spécifique à certaines personnes, tantôt comme un besoin qui existe chez tous les individus ; il est entendu soit comme une quête de performance (notion pragmatique et spécifique à certains comportements), soit comme un besoin de sens et d'absolu et une recherche de plénitude spirituelle englobant tous les domaines de la vie (notion philosophique). Enfin, si les auteurs ne sont pas unanimes sur le caractère universel des besoins et sur leur degré d'opérationnalisation consciente par les individus, il existe un consensus selon lequel les valeurs constituent la médiatisation socioculturelle plutôt consciente de ces besoins, qui permet de reconfigurer de façon spécifique la hiérarchie des besoins et l'urgence de leur assouvissement.

Dans tous les cas, les besoins/valeurs d'accomplissement semblent avoir un pouvoir explicatif important dans le choix des objectifs individuels (Yukl & Latham, 1978). Les objectifs professionnels et les choix de carrière semblent particulièrement concernés par ce raisonnement. La partie empirique sera alors l'occasion de comprendre les significations collectives données à ce besoin dans le contexte étudié et de statuer sur les liens possibles entre ces significations et les préférences de carrière.

3. Exploration de la problématique dans le contexte tunisien

Après une description du contexte, de la population et du support de l'étude (le questionnaire), nous présentons, analysons et discutons les principaux résultats obtenus.

■ Présentation du contexte d'étude

Le décryptage des valeurs dominantes chez les jeunes dans le contexte tunisien est un exercice intéressant, car notre côtoiement des étudiants dans le cadre de l'enseignement, l'encadrement et la recherche révèle une grande diversité des attitudes et des comportements (qui semble avoir

un lien étroit avec le milieu familial et la classe sociale) et une certaine ambivalence qui ne permettent pas de statuer sur ce qui habite ces jeunes.

Une précédente étude (Taktak Kallel, 2008) révèle l'existence de « déterminismes » socioculturels en matière de préférences de carrières, et plus spécifiquement en ce qui concerne la carrière entrepreneuriale (stéréotypie du choix de carrière ; l'entrepreneuriat comme carrière « masculine » et comme « affaire de famille »), qui dépassent le niveau évaluatif de la personne, et qui répondraient à un besoin de conformité à des « rôles sociaux ». Et même lorsque les étudiants ont de meilleures représentations de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat, ils ne retiennent pas plus significativement l'alternative entrepreneuriale. Cette étude montre également l'importance du rôle socialisateur des cursus et des expériences de travail menées antérieurement ou parallèlement aux études. Ces résultats convergent largement avec ce qui a déjà été établi dans la littérature entrepreneuriale. Les étudiants ont également tendance à retarder l'échéance de faire un choix de carrière et à considérer le travail salarié comme le référent le plus imposant. Enfin, un constat s'impose, qui converge avec ce qui a été clairement établi par la littérature entrepreneuriale dans différents contextes d'étude (notamment dans les contextes européens et nord-américains) : plus l'étudiant avance dans les études et acquiert de diplômes, moins il est tenté par la création d'entreprise, et le constat se décline même du côté de ceux qui mènent à terme et avec succès des études de Mastère professionnel en Entrepreneuriat et Création d'entreprises. La surdiplomation, en ouvrant davantage de perspectives et d'opportunités de travail salarié, éloigne souvent le diplômé de la carrière entrepreneuriale, même s'il valorise cette dernière et se sent compétent vis-à-vis du comportement entrepreneurial. Et comme dans d'autres contextes socioculturels, l'exception à cette règle existe dans le domaine de l'entrepreneuriat technologique et innovateur, où les porteurs de projets (dans les incubateurs, pépinières et technopôles) et les créateurs d'entreprises sont nettement plus instruits (ingénieurs, doctorants et docteurs) que les créateurs d'entreprises « classiques ».

On constate néanmoins une lente mais indéniable évolution, visible dans l'intérêt croissant pour la carrière entrepreneuriale et ce, même parmi la population estudiantine féminine habituellement dans une recherche sécuritaire et de conciliation vie professionnelle/vie familiale (l'enseignement était clairement le référentiel féminin). Cet intérêt nous semble attribuable à l'accentuation du chômage des diplômés du supérieur en Tunisie et à la dédramatisation de l'entrepreneuriat par le système éducatif et les médias.

Pour apporter un éclairage à nos questions de recherche, nous avons mené une enquête par questionnaire auprès d'étudiants de l'Ecole Supérieure de Commerce de Tunis à différents niveaux de cursus. Le choix d'une démarche quantitative est motivé par la volonté de dégager des tendances lourdes pouvant permettre de préciser et cibler les orientations futures de la recherche en matière de liens entre les valeurs d'accomplissement des jeunes et l'attrait pour la carrière entrepreneuriale en Tunisie. D'ailleurs, notre démarche quantitative a été précédée par une démarche qualitative (entretiens avec des étudiants) qui nous a permis de constater la diversité des significations que les jeunes pouvaient donner à la notion de « réussite dans la vie », de nous rapprocher des univers représentationnels et linguistiques en la matière et de répercuter les constats et formulations dégagés sur la conception du questionnaire.

L'échantillon est composé de 213 étudiants répartis de la façon suivante : en ce qui concerne le genre, 70,4 % de filles. Pour ce qui est du niveau d'études, 33,8 % sont en première année, 1,9 % en deuxième année, 16,4 % en troisième année et 47,9 % en quatrième année. Relativement au type de cursus, 32,9 % sont en Licence fondamentale, 1,4 % en Licence appliquée et 65,7 % en Maîtrise. 52,1 % des étudiants de l'échantillon ont des entrepreneurs dans leur famille et leur entourage. Enfin, 51,6 % viennent du Grand-Tunis, le reste se répartissant entre les différentes autres régions.

■ Le questionnaire

Le questionnaire comprend 42 variables :

- Genre : il a été établi d'une part l'existence de valeurs féminines et masculines et d'autre part le phénomène de stéréotypie du choix de carrière selon le genre.
- Niveau d'études : pour voir la variabilité des visions et des préférences suivant l'avancement dans le cursus (c'est également une façon indirecte de cerner l'impact de l'environnement universitaire et des enseignements et leur rôle socialisateur).
- Type de cursus (plutôt professionnalisant ou plutôt orienté vers la recherche) : dans la mesure où le type de cursus prépare à certaines carrières plutôt qu'à d'autres, il est intéressant de cerner son impact sur les visions.
- Proximité de milieux entrepreneuriaux : il est largement établi dans la littérature entrepreneuriale que l'attitude envers l'entrepreneuriat est influencée par l'exposition à des expériences entrepreneuriales (expériences de travail et/ou existence de modèles d'entrepreneurs dans la famille et l'entourage : socialisation, dédramatisation de l'entrepreneuriat).
- Région d'origine : cette variable interroge l'ethnicité qui est l'un des cadres privilégiés de partage par des individus d'un même ensemble de valeurs et croyances.
- 10 variables liées aux préférences de carrière : travail salarié dans le public et dans le privé ; création d'entreprise ; enseignement et recherche ; travail dans un organisme international ; travail dans une ONG ; carrière politique ; travailler à domicile ; ne pas travailler et aucune carrière n'intéresse particulièrement. Les deux dernières variables mesurent respectivement la valeur (instrumentale ou terminale) du travail et l'amotivation définie dans la Théorie de l'autodétermination comme l'état de manque d'intention dans l'action, résultant généralement du sentiment d'incompétence ou de l'absence de valeur accordée à l'action ou à son résultat (Hori, 2008). Il a été laissé la possibilité aux répondants de retenir plusieurs préférences. En effet, à ce stade, les étudiants ne peuvent être définitivement conscients de leurs préférences professionnelles avant d'avoir testé la réalité (Schein, 1978, p.126).
- 27 items (mesurés par des échelles de Likert allant de 1 « tout à fait d'accord » à 5 « pas du tout d'accord »), testant différentes conceptions de la réussite. Même si ces items sont inspirés, dans une certaine mesure, des travaux de Rockeach (1973) et de Schwartz (1987, 1996) sur les valeurs, ainsi que ceux de Deci & Ryan (1985, 2000) sur les trois besoins psychologiques fondamentaux (autonomie, compétence et affiliation), nous avons choisi en suivant le raisonnement de Charbonneau (2004) de nous centrer sur quelques thèmes spécifiques intelligibles pour les jeunes à ce stade de leur vie. Nous pensons, en effet, que les quêtes (et l'opérationnalisation) de certaines valeurs et la recherche de satisfaction de certains besoins évoluent avec l'âge et les expériences de vie. La mise en acte de certaines valeurs et la satisfaction, la frustration voire les désillusions conséquentes, amènent plus tard la personne à rechercher et à expérimenter d'autres valeurs « supérieures » ou compensatoires. Ainsi, le domaine motivationnel de la recherche de maturité (sagesse, ouverture d'esprit, recherche d'un amour mature et courage de défendre ses croyances) n'a pas été inclus : pour Schwartz et Bilsky (1987), ce type de buts est atteint grâce à l'expérience de toute une vie, par la compréhension d'autrui, la recherche d'un état de paix avec les autres, et par l'appréciation de la réalité sociale et physique pour ce qu'elle est.

Comme Charbonneau (2004), nous avons donc fait le choix de nous centrer sur quelques thèmes spécifiques : perception de la vie adulte et des choix qui structurent l'existence (travail, couple, parentalité) ; valeurs identitaires (accomplissement et réussite – réussite professionnelle, argent – sens de la sociabilité, rapports intergénérationnels, religion et mariage). Les items correspondant à ces thèmes (besoins motivationnels) ont été formulés dans un langage simple et de telle sorte qu'il soit linguistiquement et culturellement accessible au public interrogé.

Au regard de nos questions de recherche, des références théoriques mobilisées et de la nature de notre démarche (essentiellement exploratoire), nous avançons les propositions de recherche suivantes, qui constitueront une grille de lecture et d'interprétation des résultats obtenus.

- Proposition de recherche 1 : si le besoin d'accomplissement est universel, les valeurs d'accomplissement diffèrent d'un contexte socioculturel à un autre. L'idée est alors de tenter d'établir la déclinaison des valeurs d'accomplissement chez les jeunes, dans le contexte tunisien.
- Proposition de recherche 2 : les valeurs d'accomplissement dominantes dans le contexte étudié influencent les préférences de carrière des étudiants. Il s'agit alors de voir quelles valeurs sont congruentes avec quelles préférences de carrières et d'initier l'ébauche d'une réflexion sur les ancres de carrière chez les jeunes tunisiens.
- Proposition de recherche 3 : de fortes motivations à l'accomplissement vont de pair avec la préférence de la carrière entrepreneuriale. Cette hypothèse a été largement validée dans la littérature entrepreneuriale depuis les travaux de Mc Clelland (1961, 1969), mais il convient de la (re)tester dans le cadre de la perspective choisie dans ce travail, c'est-à-dire avec une ouverture sur les déclinaisons socioculturelles de cette motivation dans le contexte tunisien et la perspective d'étude de la carrière entrepreneuriale parmi les autres perspectives de carrière envisageables par les étudiants.

Les traitements de données ont été faits avec le logiciel SPSS. Les analyses utilisées sont issues de différents traitements : le tri simple, l'ANOVA, les corrélations bivariées, l'analyse factorielle et la régression logistique.

■ Présentation, analyse et discussion des principaux résultats

Les résultats seront présentés par rubriques (les préférences de carrière, les valeurs dominantes, les liens entre les deux), et discutés au fur et à mesure.

• Les préférences de carrière

Les préférences de carrière exprimées montrent la prééminence de l'intérêt accordé à la création d'entreprise (71,8 %), suivie du travail dans un organisme international (65,3 %), de l'enseignement/la recherche (59,6 %), du travail salarié dans le public (53,1 %), du travail salarié dans le privé (48,4 %), du travail à domicile (25,8 %), du travail dans une ONG (22,1 %), de l'attrait pour une carrière politique (19,7 %), de l'absence d'intérêt pour une carrière précise (6,6 %) et enfin de la préférence de ne pas travailler (3,3 %). Par rapport à des études menées antérieurement dans le même contexte (Taktak Kallel, 2005, 2008), ces résultats montrent une diminution significative des situations d'indécision/amotivation ainsi qu'une modification dans l'ordre de préférence des carrières (la carrière entrepreneuriale est désormais plus privilégiée que l'emploi salarié). En revanche, les répondants continuent à rapprocher les projets « créer une entreprise » et « travailler dans un organisme international » (corrélation positive significative à 1 %). Ces deux projets semblent associés, dans les esprits des étudiants, à l'ancre « variété ». Signalons qu'il existe une corrélation significative à 1 % et négative entre le genre et le choix de la création d'entreprise, qui montre que la carrière entrepreneuriale reste une carrière masculine. On signalera par ailleurs qu'il n'existe pas de corrélation significative entre la proximité d'entrepreneurs et le choix de la création d'entreprise, ce qui constitue un changement important par rapport aux résultats précédemment obtenus.

• Les valeurs dominantes

On note globalement l'absence d'une grande variance dans les réponses, sauf dans les items liés à la conformité à la religion, aux valeurs hédonistes et à la recherche d'influence. Pour cerner les valeurs et besoins dominants qui se dégagent des réponses, nous avons effectué une analyse factorielle sans réduction de facteurs.

Analyse factorielle sans réduction de facteurs

L'indice KMO obtenu (Mesure de précision de l'échantillonnage) est de 0.714 (acceptable) ; le Test de sphéricité de Bartlett³ est significatif à 0,000. Dix facteurs ont été retenus suivant le test de Kaiser (valeurs propres supérieures ou égales à 1). Ces dix facteurs expliquent 67,042 % de la variance. Etant donnée la difficulté de restituer la matrice des composantes en raison du nombre important de variables dans l'analyse, nous présentons ici la teneur des dix composantes. La qualification de chacune de ces composantes est faite en référence aux contenus des dix domaines motivationnels de Schwartz et, quand c'est possible, analysée au regard des significations données par l'auteur aux congruences entre plusieurs domaines motivationnels.

Composantes après rotation⁴ :

Composante 1 : (18,246 % de la variance expliquée ; Alpha de Cronbach⁵ : 0.7057) : voyager le maximum possible (74,6 %) ; rendre heureux ceux qu'on aime (62,3 %) ; vivre sa vie pleinement (56,2 %) ; bien éduquer ses enfants (50 %) ; faire les choses qu'on aime (44,3 %) ; être toujours là pour soutenir les siens (38,1 %) ; être indépendant et libre (31,4 %) ; avoir une belle maison dans un quartier chic (30,7 %) ; avoir le moins possible de soucis (27,8 %) ; être conforme à sa religion (-27,6 %), devenir quelqu'un d'important dans la communauté (22,6 %) [HEDONISME].

Composante 2 : (9,691 % de la variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.7191) : toujours avoir la bénédiction de ses parents (82,4 %) ; être toujours là pour soutenir les siens (72,1 %) ; faire du bien autour de soi (50,6 %) ; être conforme à la religion (40,5 %) ; avoir le moins possible de soucis (38,1 %) ; bien éduquer ses enfants (28,8 %) ; pouvoir agir le plus souvent selon ses principes (25 %) ; pouvoir réaliser des choses grâce à ses propres efforts (20,2 %) ; pouvoir accomplir ses rêves (-20 %) ; évoluer socialement (18,3 %) ; rendre heureux ceux qu'on aime (16,2 %) ; avoir une belle maison dans un quartier chic (15,6 %) ; être accepté (15,3 %) ; se marier et avoir des enfants (10,5 %) [TRADITION ET CONFORMISME ; CONSERVATISME (lien de subordination de l'individu à l'égard des attentes socialement imposées)].

Composante 3 : (6,434 % de la variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.7439) : être indépendant, libre (69,6 %) ; pouvoir agir le plus souvent selon ses principes (58,2 %) ; s'épanouir sentimentalement avec son compagnon (58,1 %) ; être accepté dans la communauté (55,8 %) ; être conforme à la religion (29,8 %) ; vivre sa vie pleinement (29,6 %) ; avoir le moins possible de soucis (27,5 %) ; pouvoir réaliser des choses grâce à ses propres efforts (23,7 %) ; concilier vie privée et vie professionnelle (22,5 %) ; grimper rapidement les échelons dans son travail (21,2 %) ; devenir quelqu'un d'important dans la communauté (19,1 %) ; faire le plus souvent les choses qu'on aime (18 %) ; bien éduquer ses enfants (16,8 %) ; faire le bien autour de soi (15,7 %) ; toujours avoir la bénédiction de ses parents (13,9 %) ; devenir quelqu'un d'influent (12,4 %) ; pouvoir accomplir ses rêves (-11,8 %) ; évoluer socialement (10,5 %) [AUTONOMIE ET BIENVEILLANCE (confiance de l'individu en son propre jugement, réconfort trouvé dans la diversité des situations de l'existence et recherche d'harmonie avec l'entourage et les normes sociales)].

Composante 4 : (5,827 % de variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.7338) : évoluer socialement (81,6 %) ; devenir quelqu'un d'important dans la communauté (48,5 %) ; avoir une belle maison dans un quartier chic (44,5 %) ; s'épanouir sentimentalement avec son compagnon (36,2 %) ; être conforme à la religion (-35,8 %) ; s'enrichir financièrement (33,5 %) ; vivre sa vie pleinement (31,7 %) ; faire le plus souvent les choses qu'on aime (25,5 %) ; grimper rapidement les échelons dans son travail (25,1 %) ; être accepté (24,7 %) ; avoir le moins possible de soucis (-24,7 %) ; toujours avoir la bénédiction de ses parents (24,1 %) ; concilier vie privée et vie professionnelle (20,9 %) ; être libre et indépendant (-19,9 %) ; faire le bien autour de soi (-15,6 %) ; pouvoir accomplir ses rêves (13,9 %) ; avoir le maximum de diplômes (-12,5 %) ; être toujours là pour soutenir les siens (12,2 %) [ACCOMPLISSEMENT (ambition)].

³ Ce test permet de déterminer s'il y a une relation entre les différentes variables prises en considération. Si la signification tend vers 0.000, la relation est très significative.

⁴ Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales. Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser ; La rotation a convergé en 17 itérations.

⁵ Cet indice permet de vérifier la cohérence interne d'une échelle de mesure : plus la valeur alpha s'approche de 1, plus l'ensemble d'éléments inclus dans l'échelle est homogène.

Composante 5 : (5,219 % de la variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.7191) : apporter une contribution significative à sa région (78,8 %) ; concilier vie privée et vie professionnelle (51,7 %) ; devenir quelqu'un d'important dans la communauté (47,6 %) ; faire le bien autour de soi (44,1 %) ; être conforme à la religion (29,3 %) ; agir selon ses principes (25,2 %) ; grimper rapidement les échelons dans son travail (24,5 %) ; être toujours là pour soutenir les siens (20,7 %) ; rendre heureux ceux qu'on aime (20,6 %) ; pouvoir accomplir ses rêves (14,7 %) ; s'épanouir sentimentalement avec son compagnon (-14,7 %) ; avoir le moins possible de soucis (-14,1 %) ; vivre sa vie pleinement (-11,9 %) ; se marier et avoir des enfants (11,6 %) ; bien éduquer ses enfants (11,3 %) [BIENVEILLANCE envers les autres et volonté de servir la communauté et de faire le bien autour de soi].

Composante 6 : (4,834 % de la variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.6717) : avoir le maximum de diplômes (79,6 %) ; s'enrichir financièrement (72,5 %) ; voyager le maximum possible (35,7 %) ; avoir une belle maison dans un quartier chic (31,9 %) ; vivre sa vie pleinement (23 %) ; se marier et avoir des enfants (22 %) ; bien éduquer ses enfants (-21,8 %) ; grimper rapidement les échelons dans le travail (19,3 %) ; faire les choses qu'on aime (-13,1 %) ; être indépendant, libre (11,8 %) ; faire du bien autour de soi (-10,3%) [ACCOMPLISSEMENT ET HEDONISME (la recherche de satisfaction centrée sur soi-même)].

Composante 7 : (4,812 % de variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.6654) : toujours faire ce que l'on attend de vous (78,3 %) ; grimper rapidement les échelons dans le travail (58,4 %) ; avoir le moins possible de soucis (41,7 %) ; faire les choses qu'on aime (36,6 %) ; avoir une belle maison dans un quartier chic (34,8 %) ; agir selon ses principes (23,2 %) ; faire le bien autour de soi (17,7 %) ; être conforme à la religion (16,5 %) ; vivre sa vie pleinement (11,8 %) ; devenir quelqu'un d'important dans la communauté (-11,7 %) ; devenir quelqu'un d'influent (10,8 %) ; apporter une contribution significative à sa région (10,2%) [CONFORMISME ET HEDONISME].

Composante 8 : (4,262 % de variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.5790) : pouvoir réaliser des choses grâce à ses propres efforts (80,5 %) ; accomplir ses rêves (78,4 %) ; concilier vie privée et vie professionnelle (27,1 %) ; agir selon ses principes (24,4 %) ; grimper rapidement les échelons dans son travail (-20,1 %) ; devenir quelqu'un d'important dans la communauté (17 %) ; être conforme à la religion (-16,3 %) ; vivre sa vie pleinement (13,3 %) ; faire les choses qu'on aime (11,6 %) [AUTONOMIE ET ACCOMPLISSEMENT].

Composante 9 : (3,931 % de variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.7587) : se marier et avoir des enfants (77,7 %) ; s'épanouir sentimentalement avec son compagnon (42,5 %) ; bien éduquer ses enfants (34,3 %) ; concilier vie professionnelle et vie privée (32,4 %) ; grimper rapidement les échelons dans son travail (-29,6 %) ; être libre, indépendant (-25,7 %) ; avoir le moins possible de soucis (23,7 %), rendre heureux ceux qu'on aime (21,6 %) ; agir selon ses principes (20,5 %) ; avoir le maximum de diplômes (20,3 %) ; faire ce qu'on aime (-17,6 %) ; vivre sa vie pleinement (-17 %) ; toujours faire ce qu'on attend de vous (16,4 %) ; faire du bien autour de soi (15 %) ; être toujours là pour soutenir les siens (13,8 %) ; voyager le maximum possible (-11,5 %) [SECURITE (primauté de la vie sentimentale et familiale ; qualité de vie)].

Composante 10 : (3,786 % de variance expliquée ; Alpha de Cronbach : 0.6899) : devenir quelqu'un d'influent (81,1 %) ; devenir quelqu'un d'important dans la communauté (40,8 %) ; concilier vie professionnelle et vie privée (-38,2 %) ; faire du bien autour de soi (-33,5 %) ; faire les choses qu'on aime (-22,8 %) ; accomplir ses rêves (20,9 %) ; avoir une belle maison dans un quartier chic (18,1 %) ; agir selon ses principes (-18,1 %) ; s'enrichir financièrement (16,7 %) ; être accepté (15,7 %) ; apporter une contribution significative à sa région (14,2 %) ; bien éduquer ses enfants (14,6 %) ; vivre sa vie pleinement (-11,2 %) [POUVOIR ET ACCOMPLISSEMENT ; AMBITION (la considération et la supériorité sociale)].

On peut noter que les valeurs d'accomplissement et d'hédonisme sont souvent apparues, ce qui, dans l'analyse de Schwartz, démontre une propensivité à la recherche de satisfaction centrée sur soi-même. En outre, la composante 7 (conformisme et hédonisme) montre que, contrairement à ce que préconisent Schwartz et Bilsky (1990), l'hédonisme peut cohabiter avec l'orientation sociale et la retenue. Pour ce qui est de l'importance de la religion, cette dernière ne semble pas très imposante. Elle paraît même peu significative dans les valeurs guidées par l'hédonisme. Elle est néanmoins assez marquée dans les composantes 2 (tradition et conformisme), 3 (autonomie et bienveillance) et 5 (bienveillance), ce qui semble révéler une conception modérée et plutôt socialisatrice de la religion. Globalement, ces résultats démontrent le développement de valeurs individualistes, mais qui restent ancrées dans des traditions collectivistes assez fortes.

Les analyses ANOVA des dix scores factoriels par rapport aux différentes variables sociodémographiques montrent que les facteurs 1 (hédonisme) et 6 (accomplissement et hédonisme) semblent être les plus sensibles aux différentes contingences (genre, niveau d'études, type de cursus, région d'origine), ce qui peut signifier aussi les plus malléables. Il y a également une grande sensibilité du facteur 8 (autonomie et accomplissement) à l'existence d'entrepreneurs dans l'entourage, ce qui semble confirmer l'importance du background entrepreneurial (familial) dans la stimulation des valeurs « entrepreneuriales » d'autonomie et d'accomplissement.

- *Les liens entre les valeurs dominantes et les préférences de carrière*

Pour voir dans quelles mesures les dix valeurs dominantes dégagées peuvent prédire chacune des préférences de carrière, nous avons effectué des régressions logistiques (variables dépendantes : les préférences de carrière ; variables indépendantes : les scores factoriels des dix composantes). Les principaux résultats pour chacune des préférences de carrière sont présentés dans le tableau (voir annexe). Ces résultats font notamment ressortir que le travail dans un organisme international, le travail dans une ONG et la perspective d'une carrière politique ne semblent pas congruents avec l'accomplissement et l'ambition, contrairement aux perspectives de travailler à domicile, de ne pas travailler ou aux situations d'indécision/amotivation. Enfin, ceux qui sont attirés par la création d'entreprise semblent privilégier le facteur 9 (équilibre, sécurité et qualité de vie).

Signalons que, en introduisant dans le modèle de la création d'entreprise les variables Genre, Niveau d'études, Type de cursus et Proximité d'entrepreneurs (76,1 % de cas corrects ; constante significative à 0,029), le facteur 9 perd relativement en importance (signif. 0,057 contre 0,047 au départ). En revanche, le nouveau modèle semble indiquer le rôle socialisateur (plus on est en début de cursus, moins il y a de chances que l'on exprime un attrait pour la création d'entreprise) (signif. 0,002) et renforçant du sentiment de compétence de l'enseignement dans certains cursus (les licences fondamentales) (signif. 0,009) et à ce propos, il est interpellant de constater que, lorsque les licences appliquées comprennent plus de modules d'entrepreneuriat et de création d'entreprise, et sont celles qui sont censées rapprocher les étudiants du monde professionnel, ce sont les étudiants des licences fondamentales qui expriment plus d'attrait pour la carrière entrepreneuriale. Ce résultat semble signifier deux choses (probablement concomitantes) : soit les enseignements « professionnalisants » ne sont pas assez orientés vers la pratique (ce qui interroge les contenus et méthodes pédagogiques dans les licences appliquées, leur spécificité et leur degré de proximité des réalités socioéconomiques), soit les licences fondamentales (auxquelles l'accès est assez sélectif et qui mettent un niveau d'exigence intellectuelle plus élevé chez les enseignants et les étudiants) permettent aux étudiants de ressentir un sentiment général de compétence assez élevé, même si – en l'occurrence – le niveau « objectif » de compétences spécifiques acquises en rapport avec la création d'entreprises n'est pas plus élevé. Si la première hypothèse révèle la nécessité de repenser la conception et la mise en œuvre des enseignements dans les licences appliquées, la seconde hypothèse conforte l'importance des facteurs perceptuels dans le domaine de la création d'entreprise et montre la nécessité de travailler essentiellement sur ces facteurs si l'on veut stimuler l'attrait pour l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, le nouveau modèle semble confirmer que plus on est du genre féminin, moins on préférera cette carrière (signif. 0,055). Enfin, la proximité d'entrepreneurs ne semble pas très décisive par rapport aux autres facteurs. Il est possible que ce facteur interfère indirectement à travers les valeurs portées par ceux qui viennent de milieux entreprenants.

Discussion

Ces résultats montrent que le travail à domicile (une variante de la création d'entreprise) va de pair avec la recherche d'accomplissement. Cela conforte – dans une certaine mesure – les préconisations de Mc Clelland et autorise une validation relative de notre proposition de recherche 3. En outre, ceux qui n'ont pas de préférences de carrière (indécision ou amotivation)

semblent également habités par ce besoin. Il s'agirait donc plus vraisemblablement d'indécision que d'amotivation. Cela rejoint l'idée selon laquelle les individus doués (d'aptitudes, d'habiletés, d'intérêts et d'opportunités) développeraient plusieurs intérêts à un haut niveau, ce qui conduirait à l'indifférenciation⁶ (Rysiew, Shore & Leeb, 1999). Plus généralement, ces résultats montrent que l'envie de réussir et l'ambition transcendent le seul volet de la vie professionnelle et/ou que l'on est dans un schéma d'instrumentalisation/secondarisation de la valeur Travail. S'il s'agit là d'une des tendances lourdes de notre époque, elle interroge également le sens de « métier », de « vocation » et de travail.

Quant aux valeurs congruentes avec la carrière entrepreneuriale, on note une « féminisation » des valeurs favorables à la création d'entreprise vraisemblablement vue comme une carrière propice à une certaine qualité de vie. Ce résultat peut également être interprété comme un recentrage sur la famille qui (re)devient un refuge dans un contexte de crise. En tout cas, il ouvre une voie de recherche entrepreneuriale qui pourrait être plus finement explorée : celle de l'association de la création d'entreprise à un certain équilibre de vie, plutôt qu'au risque, à l'aventure ou à l'insécurité.

Eu égard aux poids factoriels des composantes (valeurs) mises en évidence à travers ce travail et en raison de la relative stabilité des valeurs, il peut sembler plausible d'avancer que les quatre valeurs ressorties comme les plus importantes (hédonisme, conformisme, autonomie et bienveillance, et accomplissement/ambition) se retrouveront dans les choix futurs de carrière et dans les comportements au travail et pourraient donc, de ce fait, être considérées comme des ancrs de carrières (des valeurs spécifiques à la carrière et au travail). Si l'on retient cette hypothèse, on pourrait alors avancer que, si le domaine des ancrs de carrières a été cerné, il n'a pas été complètement balisé et que, pour enrichir la connaissance sur ces ancrs, il faudrait rester ouvert à ce que les différents terrains et mondes socioculturels et professionnels peuvent révéler de spécifique. Néanmoins, il faut souligner que ce qui vaut en général en termes de valeurs ne vaut pas nécessairement dans les carrières et le travail (ancres de carrières). Ce que nos résultats ont permis d'établir, c'est l'importance de l'ancre Qualité de vie dans l'attrait pour la carrière entrepreneuriale, sachant que cette ancre se décline dans le contexte étudié de façon très située (un mélange de recherche d'équilibre et de sécurité, avec un fond de conservatisme).

En définitive, la recherche a été l'occasion de :

- valider pleinement la proposition de recherche 1 : les valeurs d'accomplissement s'expriment et se déclinent de façon singulière dans le contexte tunisien ;
- valider partiellement la proposition de recherche 2 : les valeurs d'accomplissement telles qu'exprimées dans le contexte tunisien influencent dans une certaine mesure les préférences de carrière des étudiants et peuvent, de ce fait, justifier dans une certaine mesure l'idée d'ancres de carrières ; cependant, ces valeurs n'influencent pas toutes les préférences de carrière et, même le cas échéant, une bonne partie de l'explication des préférences semble résider dans différents facteurs de nature sociodémographique et autre (qui ne sont pas forcément pris en compte dans le présent travail) ;
- valider partiellement la proposition de recherche 3 : d'une part, il ressort que c'est le souci d'une bonne qualité de vie (conciliation entre vie professionnelle et privée) qui est congruent avec l'attrait pour la carrière entrepreneuriale ; d'autre part, il appert que de fortes motivations à l'accomplissement vont surtout de pair avec l'indécision et l'indifférenciation en matière de choix de carrière, ce que nous avons interprété comme une secondarisation de la valeur Travail et/ou la confiance des individus concernés en leurs capacités de succès, quelle que soit la carrière envisagée.

⁶ La constante dans l'équation relative à l'indécision est significativement et positivement liée au conservatisme (0,449) et à l'autonomie et ambition (0,378), et négativement liée au besoin d'accomplissement (-0,471).

Conclusion

L'étude a été l'occasion de s'aligner partiellement avec Mc Clelland sur le fait que le Besoin d'accomplissement anime les individus attirés par la carrière entrepreneuriale. Cela montre la nécessité de réactualiser les travaux effectués dans ce sens, au regard de réalités entrepreneuriales fondamentalement différentes de celles qui ont justifié les préconisations de Mc Clelland.

L'étude a également révélé que, malgré la mondialisation des valeurs et des discours afférents au besoin de réalisation de soi, mondialisation qui a (re)mis ce besoin au goût du jour, il arrive en quatrième position dans le contexte étudié. D'autres valeurs semblent plus prioritaires : plaisir ; tradition et conformisme ; bienveillance et autonomie. Et c'est peut-être dans cet ordre que la société étudiée entend se réaliser. Cependant, cette tendance n'est ni neutre, ni anodine : d'une part, parce qu'elle semble restituer par mimétisme les quêtes de la société dans sa globalité là où on attend des jeunes des moteurs plus dynamiques (liberté, changement, accomplissement...) et, d'autre part parce qu'il est possible que la société analysée soit dans un processus de frustration/régression au sens d'Alderfer (1969), ce qui serait révélateur de malaises sociétaux profonds qui inhibent l'ambition et les quêtes de réalisation de soi. Mais il n'empêche qu'il reste beaucoup à faire pour mieux saisir l'essence des valeurs qui animent les jeunes en Tunisie et la dynamique évolutive de ces valeurs. Ainsi, ces jeunes que l'on croyait dans un vide et/ou une crise de valeurs et que l'on voyait comme subissant de façon assez passive le poids des valeurs collectives, ont récemment initié un mouvement de protestation qui a été un véritable déclic dans le monde arabe, et qui est en train de dessiner actuellement – non sans affrontement entre valeurs conservatrices et valeurs progressistes – un nouveau visage de la société tunisienne.

Sur le plan conceptuel, l'étude a confirmé l'intérêt de positionner la recherche sur les intentions entrepreneuriales parmi les autres intentions et préférences de carrière, et de favoriser les enrichissements mutuels entre les deux domaines.

En ce qui concerne les implications pour le système éducatif qui se voit désormais octroyer une prérogative prioritaire de promotion de l'entrepreneuriat parmi ses publics, l'étude montre la nécessité de mieux sonder les moteurs qui poussent les jeunes pour leur permettre de mieux se connaître et pour faire de ces moteurs un levier d'action. Par ailleurs, après des décennies de dramatisation de la figure de l'entrepreneur, il est temps que la recherche s'enrichisse des réalités contemporaines liées aux pratiques de l'entrepreneuriat et aux profils des entrepreneurs, et que l'enseignement de l'entrepreneuriat et les milieux académiques tirent profit de cette recherche et développent des arguments et des activités qui puissent mieux « parler » aux jeunes en général, et d'un contexte socioculturel à un autre, en particulier.

En définitive, les valeurs les plus « critiques » dans la construction du désir d'entreprendre semblent tourner essentiellement autour de l'accomplissement, de l'ambition, de l'autonomie, de la perception du risque (non aversion au risque), de l'importance et de la primauté de la valeur Travail, de la conscience du temps qui passe et d'une certaine « temporalité ». Ces valeurs sont à la fois individuelles et socioculturelles. Ainsi, en ce qui concerne notamment la propension à prendre des risques, il s'agit d'un trait personnel, mais également culturel dans la mesure où les individus (et les sociétés) peuvent avoir tendance à qualifier et pondérer les mêmes facteurs « objectifs » de risques négatifs (surestimation des probabilités de pertes) ou de risques positifs/ « opportunités » (surestimation des probabilités de gains) (Sitkin & Pablo, 1992). De même et, en ce qui concerne spécifiquement l'accomplissement, certaines personnes (et sociétés) ont une orientation d'accomplissement, alors que d'autres ont une orientation de peur de l'échec. L'« évitement défensif de l'échec » peut prendre plusieurs formes. Le moyen le plus apparent d'éviter l'échec est d'éviter les situations d'accomplissement, notamment dans les sociétés qui ne sont pas orientées vers l'accomplissement (Gastorf & Teevan, 1980).

D'un autre côté, le besoin d'accomplissement repose fondamentalement sur une logique individualiste, alors que les logiques entrepreneuriales tunisiennes relèvent de valeurs et démarches surtout communautaristes (prégnance des entrepreneurs sfaxiens, djerbiens et sahéliens et importance des réseaux pour ces entrepreneurs) (Nabli, 2008). Plus généralement, lorsque l'individu donne la primauté aux rapports sociaux et à la collectivité et se définit essentiellement par rapport à la communauté, il répugne souvent à prendre des degrés de liberté par rapport à ce qui constitue le socle de son identité (le collectif). Dans ces cas-là, il n'est pas rare de constater une tendance à l'inhibition au sens de Spence (1956) (la frustration va inhiber le comportement motivé), ou encore à la « résignation acquise » (Seligman, 1975) qui résulte plus de l'inhibition d'une motivation existante que d'une absence de motivation. Alderfer (1969) a d'ailleurs contribué à l'explication de ce processus en avançant que, lorsque l'individu est frustré par la non-satisfaction du besoin de Progression, il va se rabattre sur le type de besoin immédiatement inférieur (le besoin de Relation ou de sociabilité) afin de mieux consolider son acquis (processus de frustration-régression).

Limites et voies futures

Malgré le caractère instructif et prometteur des résultats obtenus, il convient de les relativiser dans la mesure où les facteurs qui interviennent dans l'intention d'agir sont différents de ceux qui opèrent dans le passage à l'action. En l'occurrence, les contraintes personnelles (notamment matérielles), les opportunités et les expériences de vie et professionnelles sont parmi les facteurs qui peuvent attirer les individus vers des trajectoires « non intentionnelles ». Certains individus peuvent donc changer d'ancres de carrière (Derr, 1986). En outre, le fait de se réaliser au fur et à mesure dans la vie influence fortement les attentes d'efficacité (Bandura & Cervone, 1983) et, conséquemment, les préférences de carrière. Dans la carrière entrepreneuriale, le sentiment de compétence et de contrôle du comportement et les opportunités jouent un rôle décisif.

Enfin, on ne peut évoquer l'existence du besoin d'accomplissement sans interroger son intensité. Pour Deci et Ryan (1985), la forme de la motivation varie avec le sentiment de détermination, alors que l'intensité de la motivation varie avec le sentiment de compétence. Ce dernier semble donc un point récurrent et décisif lors de toute analyse des choix de carrière. Son intégration comme variable médiatrice entre le besoin d'accomplissement et ces choix pourrait faire l'objet de prochaines recherches.

Bibliographie

- AJZEN I. (1991), « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.50, p.179-211.
- ALDERFER C.P. (1969), « An empirical test of a new theory of human needs », *Organizational Behavior and Human Performance*, vol.4, n°2, p.142-175.
- ATKINSON J.W. (1957), « Motivational determinants of risk-taking behavior », *Psychological Review*, vol.64, n°6, p.359-372.
- BANDURA A. & CERVONE D. (1983), « Self-evaluation and self-efficacy mechanisms governing the motivational effects of goal systems », *J Personnel Soc Psychol*, n°45, p.1017-28.
- CHARBONNEAU J. (2004), « Valeurs transmises, valeurs héritées », *Les valeurs des jeunes*, G. Pronovost & Ch. Royer (éd.), Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, p.34-49.
- CRANT J.M. (1996), « The Proactive Personality Scale as a predictor of entrepreneurial intentions », *Journal of small business management*, July, vol.34, n°3, p.42-49.
- DECI E.L. (1975), *Intrinsic motivation*, New York, Plenum Press.
- DECI E.L. & RYAN R.M. (1985), *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*, New York, Plenum Press.

- DENJEAN M. (2006), « La motivation au travail », *Les documents CEDIP*, Décembre.
- DERR C.B. (1986), *Managing the New Careerists*, San Francisco, CA, Jossey Bass.
- DYER W.G. Jr. (1994), « Toward a theory of entrepreneurial careers », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, vol.19, issue 2, p.7-21.
- FRIEDMAN M. & ROSENMAN R.H. (1974), *Type A Behaviour and Your Heart*, New York, Knopf.
- FELDMAN D.C. & BOLINO M.C. (1996), « Career Within Careers : Reconceptualizing the Nature of Career Anchors and Their Consequences », *Human Resource Management Review*, vol.6, n°2, p.89-112.
- GASTORF J.W. & TEEVAN R.C. (1980), « Type A Coronary-Prone Behavior Pattern and Fear of Failure », *Motivation and Emotion*, vol.4, n°1, p.71-76.
- HORI S. (2008), « Application de la théorie de l'autodétermination à l'enseignement du FLE : corrélation entre le degré d'autodétermination et la performance », *Revue japonaise de didactique du français*, vol.3, n°1, Études didactiques - octobre, p.85-99.
- HOURQUET P.-G. & ROGER A. (2002), « Les ingénieurs français et l'entrepreneuriat comme orientation de carrière », Journée d'étude du GDR Cadres EM LYON, 6 Juin.
- IGBARIA M., GREENHAUS J.H. & PARASURAMAN S. (1991), « Career orientations of MIS employees : an empirical analysis », *MIS Quarterly*, vol.15, n°2, june, p.151-169.
- KANFER R. (1990), « Motivation theory and industrial and organizational psychology », *Handbook of industrial and organizational psychology*, M.D. Dunnette & L.M. Hough (éd.), Palo Alto, CA, Consulting Psychologists Press, vol.1, p.75-170.
- KRUEGER N.F. (1993), « The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.18, n°1, p.5-21.
- LOCKE E.A. (1991), « The motivation sequence, the motivation hub, and the motivation core », *Organizational Behaviour And Human Decision Processes*, vol.50, p.288-299.
- LOUART P. (2002), « Maslow, Herzberg et les théories du contenu motivationnel », *Les Cahiers de la Recherche CLAREE*.
- MASLOW A.H. (1943), « A theory of human motivation », *The Psychological Review*, vol.50, n°4, p.370-396.
- MASLOW A.H. (1^{ère} éd.) (1954), *Motivation and personality*. New York : Harper and Row.
- MASLOW A.H. (1968), « Human potential and the healthy society », *Human potentiality*, H. Otto (éd.), New York, Warren H. Green.
- Mc CLELLAND D.C. (1961), *The achieving society*, Princeton, D. Van Nostrand.
- Mc CLELLAND D.C. & WINTER D. (1969), *Motivation economic achievement*, New York Free Press.
- MURRAY H.A. (1938), *Explorations in Personality*, New York, Oxford University Press.
- NABLI R. (2008), *Les entrepreneurs tunisiens. La difficile émergence d'un nouvel acteur*, Paris, L'Harmattan, Coll. Histoire et Perspectives Méditerranéennes.
- QUONIAM N. & BUNGENER C. (2004), « Les théories psychologiques de la motivation », *Psychologie & NeuroPsychiatrie du vieillissement*, vol.2, n°1, Mars, p.7-18.
- ROGERS C. (1951), *Client-centered therapy : its current practice, implication, and theory*, Boston, Houghton Mufflin.
- ROCKEACH M. (1973), *The Nature of Human Values*, New York, Free Press.

ROGER A. (2006), « Développement et validation d'une échelle de mesure des orientations de carrière individuelles », AIPTLF - Hammamet, 14^e Congrès de psychologie du travail et des organisations.

RYAN R.M. & DECI E.L. (2000), « The what and why of goal pursuits : Human needs and the self-determination of behavior », *Psychological Inquiry*, vol.11, n°4, p.227-268.

RYSIEW K.J., SHORE B.M. & LEEB R.T. (1999), « Multipotentiality, Giftedness, and Career Choice : Review », *Journal of Counselling and Development*, n°77 (4), p.423-430.

SCHEIN E.H. (1978), *Career Dynamics : Matching Individual and Organizational Needs*, Reading, MA : Addison-Wesley.

SCHEIN E.H. (1985), *Career Anchors : Discovering Your Real Values*, University Associates, Inc. San Diego, California.

SCHEIN E.H. (1996), « Career anchors revisited: Implications for career development in the 21st century », *Academy of Management Executive*, vol.00, n°0, p.80-88.

SCHUMPETER J.A. (1928), « The instability of capitalism », *The economic journal*, n°151, vol.XXXVIII, september, p.361-386.

SCHWARTZ S.H. (1994), « Are There universal aspects in the structure and contents of human values ? », *Journal of Social Issues*, vol.50, n°4, p.19-45.

SCHWARTZ S.H. (1996), « Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems », *The psychology of values*, C. Seligman, J.M. Olson & M.P. Zanna (éd.), The Ontario Symposium, vol.8, Mahwah, NJ, Erlbaum, p.1-24.

SCHWARTZ S.H. & BILSKY W. (1987), « Toward an Universal Structure of Human Values », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.53, n°3, p.550-562.

SCHWARTZ S.H. & BILSKY W. (1990), « Toward a theory of universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.58, n°5, p.878-891.

SELIGMAN M.E.P. (1976), « Learned helplessness and depression in animals and man », *Behavioral approaches to therapy*, J.T. Spence, R.C. Carson & J.W. Thibaut (éd.), Morristown (NJ), General Learning Press.

SHAPERO A. & SOKOL L. (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », *Encyclopedia of Entrepreneurship*, C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (éd.), Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, INC, p.72-90.

SITKIN S.B. & PABLO A.L. (1992). « Reconceptualizing the determinants of risk behavior », *Academy of Management Review*, n°17, p.9-39.

SPENCE K.W. (1956), *Behavior theory and conditioning*, New Haven, Yale University Press.

TAKTAK KALLEL I. (2005), « Etat des lieux de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités tunisiennes : pour une évaluation des couples enseignements/ établissements dans leur capacité à créer une dynamique entrepreneuriale », Actes du 4^e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris.

TAKTAK KALLEL I. (2008), « Représentations des entrepreneurs et choix de carrière : Quels liens ? Quelques évidences empiriques tirées d'une enquête auprès d'étudiants de l'ESC Tunis », XVII^e Conférence Internationale de Management Stratégique, AIMS, Nice - Sophia Antipolis, 28-31 mai.

TREMBLAY M., WILS L. et WILS T. (2006), « Structuration des ancrs de carrière : une vérification empirique auprès d'ingénieurs québécois », XVII^e Congrès de l'AGRH – Le travail au coeur de la GRH IAE de Lille et Reims Management School, 16 et 17 novembre, Reims.

WEBER M. (1964), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Agora/pocket (1^{ère} édition allemande : 1947).

YUKL G.A. & LATHAM G.P. (1978), « Interrelationships among employee participation, individual differences, goal difficulty, and performance », *Personnel psychology*, vol.31, p.305-323.

Tableau - ESTIMATIONS LOGIT (Nombre d'observations = 213)

	Travail salarié (public)		Travail salarié (privé)		Tr. Indép. /Création d'entreprise		l'enseign./ la recherche		Travail org. international		Travail dans une ONG		Carrière politique		Travail à domicile		Ne pas travailler		Indécision/ amotivation	
	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P	Coef.	P
Fact.1 (Hédonisme)	,164	,260	,164	,260	-,219	,171	,103	,479	,038	,799	-,033	,858	,327	,074	,204	,199	-,230	,643	-,007	,979
Fact.2 (Tradition et conformisme)	-,312	,036	-,312	,036	,055	,732	,010	,944	-,206	,167	-,403	,050	,002	,990	-,085	,607	-,075	,861	-,600	,102
Fact.3 (Autonomie et bienveillance)	,039	,790	,039	,790	,026	,873	-,062	,666	-,370	,017	-,257	,183	-,109	,555	,399	,016	-,221	,600	-,235	,466
Fact.4 (Accompliss.)	,021	,883	,021	,883	,165	,301	,004	,978	-,290	,052	-,490	,014	-,126	,505	,333	,038	,596	,139	,646	,031
Fact.5 (Bienveillance)	,059	,684	,059	,684	-,054	,738	-,289	,048	,198	,193	-,401	,043	,033	,859	,109	,501	,949	,053	,065	,842
Fact. 6 (Accompliss. et hédonisme)	-,006	,968	-,006	,968	-,095	,550	-,090	,536	,138	,371	,117	,499	-,589	,003	,103	,530	,407	,330	,044	,876
Fact. 7 (Conformisme et hédonisme)	,081	,570	,081	,570	,079	,610	-,237	,104	-,074	,630	-,118	,504	,003	,988	,065	,689	,555	,254	-,248	,391
Fact.8 (Autonomie et accomplissement)	,246	,096	,246	,096	,008	,962	-,234	,105	-,217	,151	,021	,907	-,108	,555	,121	,467	,882	,054	-,487	,167
Fact.9 (Sécurité, vie équilibrée)	-,434	,005	-,434	,005	,313	,047	,254	,082	-,236	,128	-,173	,302	,238	,202	-,236	,151	-,277	,518	-,205	,481
Fact.10 (Pouvoir et accompliss.)	-,282	,053	-,282	,053	,172	,266	-,072	,618	,062	,687	,030	,863	-,227	,213	-,084	,610	-,368	,420	-,051	,864
Constante	,138	,337	,138	,337	,983	,000	,416	,004	,675	,000	-1,440	,000	-1,571	,000	-1,145	,000	-4,501	,000	-3,056	,000
% de cas corrects	53,1 %		51,6 %		72,3 %		59,6 %		65,3 %		77,9 %		80,3 %		74,2 %		96, 7 %		93,4 %	