

L'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université Thomas Sankara du Burkina Faso

Soumaïla BITIBALE^a ; Nouhoun Oumarou MAIGA^b

- a. Enseignant chercheur à l'Université Thomas Sankara, Centre d'Etudes, de Documentation et de Recherche Economiques et Sociales (CEDRES).
- b. Centre d'Etudes, de Documentation et de Recherche Economiques et Sociales (CEDRES), Université Thomas Sankara

Résumé : En nous inspirant du modèle psychosocial du comportement planifié d'Ajzen (1991), nous avons expliqué l'intention entrepreneuriale à travers les attitudes associées au comportement, des normes subjectives et des perceptions des étudiants. Sur un échantillon de 833 étudiants de l'Université Thomas Sankara (UTS), les analyses statistiques menées révèlent l'importance des attitudes associées au comportement, des normes subjectives et des perceptions des étudiants dans leur intention entrepreneuriale. Cependant, l'analyse des composantes multiples (ACM) révèle que ce sont particulièrement les caractéristiques de perceptions et d'attitude qui déterminent l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Mots clés : attitude, étudiant, intention entrepreneuriale, normes sociales, perceptions.

Abstract: Drawing on Ajzen's (1991) psychosocial model of planned behavior, we explained entrepreneurial intention through attitudes associated with behavior, subjective norms and students' perceptions. On a sample of 833 students from Thomas Sankara University (UTS), the statistical analyzes carried out reveal the importance of attitudes associated with behavior, subjective norms and perceptions of students in their entrepreneurial intention. However, multiple component analysis (MCA) reveals that it is particularly the perceptual and attitudinal characteristics that determine the entrepreneurial intention of students.

Keywords : attitude, student, entrepreneurial intention, social norms, perceptions.

1. Introduction

Les pays en développement sont de plus en plus confrontés aux problèmes du chômage et du sous-emploi des jeunes. Selon l'Organisation Internationale du Travail (OIT, 2022) près de 25% de jeunes en Afrique, en âge de travailler sont au chômage ou occupent un emploi de mauvaise qualité. Or, le sous-emploi des jeunes se traduit généralement par une précarité économique de ces derniers créant des sentiments d'injustice sociale et d'insatisfaction et un flux migratoire élevé des jeunes à la recherche de meilleures opportunités économiques.

A cet égard, l'emploi des jeunes est considéré comme la pierre angulaire du développement économique et social (OIT, 2022). En effet, il est reconnu depuis les travaux de Schumpeter (1912) et de Baumol (1968), le rôle clé de l'entrepreneuriat dans la création de richesses dans les économies. L'entrepreneur, figure centrale de la théorie Schumpétérienne, est un individu qui innove et qui est un moteur de la croissance économique. Partant de ces premiers travaux, plusieurs auteurs (Campy, 2014; Dimé, 2015; Yuan et al., 2020 ; Ali et Yousuf, 2019) recommandent l'entrepreneuriat comme une des principales sources de création d'emploi et de réduction de la pauvreté dans les pays en développement.

De même, Nkem Ezenwanne (2023) soutient que l'entrepreneuriat est une activité créative et inventive qui peut améliorer le bien-être social, développer l'économie, rajeunir les marchés, ajouter de la valeur aux biens, générer des opportunités d'emploi et augmenter la productivité. En effet, selon Zineelabidine et al. (2018) « *Si un pays veut être compétitif, il doit veiller à ce qu'un grand nombre de sa population soit sensibilisé à l'esprit entrepreneurial. Ce dernier est considéré comme le facteur déterminant de la création des entreprises, des emplois, de l'augmentation de la compétitivité et de la restructuration du tissu économique ainsi que la lutte contre la pauvreté* ».

Partant de ces considérations, une attention particulière est accordée à l'entrepreneuriat des jeunes, par les responsables politiques et universitaires, surtout que le chômage des diplômés du supérieur est de plus en plus à un niveau élevé (BAD, 2017). Par exemple, dans les pays de l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), il est estimé à 4% (OCDE, 2022). En Tunisie, il se situait à 29,3% en 2018 (INS, 2018). Dans l'espace de l'union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA), le taux moyen est de 11,7% pour le niveau supérieur (INSD, 2019). Cette situation s'aggrave avec l'arrivée de nouveaux diplômés sur le marché du travail qui est incapable d'absorber ces milliers de demandeurs d'emploi. De même, le problème d'inadéquation entre l'offre et la demande de travail tend à accentuer le problème de chômage dans les pays en développement.

Le Burkina Faso n'est pas en reste de cette situation. En effet, 11,5% des jeunes en âge de travailler sont au chômage. Plus grave, ce sont les diplômés du supérieur qui sont plus touchés par le chômage. Selon les statistiques de l'institut national de la statistique et de la démographie (INSD)¹, le chômage touche 34,5% des diplômés du supérieur, 17,2% des diplômés du secondaire et 11,2% du niveau primaire. Ces résultats sont semblables à ceux de Dialla (2004) qui a montré que les entrepreneurs burkinabè, pour la plupart, n'ont pas été scolarisés ou ont échoué à l'école. Par exemple, il trouve que seulement 8,8% des entrepreneurs ont atteint le niveau de licence. Malgré les efforts entrepris au Burkina Faso pour stimuler la création d'entreprise, force est de constater que les demandeurs d'emploi continuent à être attirés par la carrière salariale.

Cependant, au cours des dernières années, la fonction publique, principale pourvoyeuse d'emploi, a enregistré en moyenne 1 542 157 dossiers de candidature pour une moyenne d'environ 5 168 postes à pourvoir². Cette situation s'aggrave de plus en plus, d'une part, avec la baisse du nombre de postes à pourvoir dans la fonction publique et d'autre part, avec l'arrivée massive de nouveaux diplômés sur le marché du travail.

Dans une telle situation, une des solutions au problème de chômage dans les pays en développement serait la culture de l'esprit entrepreneuriale au sein de la population particulièrement pour les étudiants en fin de cycle. Pour Krueger and Carsrud (1993), il faut d'abord comprendre leur intention qui constitue le meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial. En admettant que l'étudiant est avant tout le reflet d'une réalité sociale, économique et politique, on peut dire que l'intention entrepreneuriale découle d'un état d'esprit que l'on peut acquérir par la formation, la sensibilisation aux situations et les mesures d'accompagnement. Selon Ajzen (1991), aller à l'entrepreneuriat est un processus. Ajzen (1991) explique ainsi l'entrepreneuriat par trois éléments : l'attitude à l'égard du comportement concerné, la perception des normes sociales et le contrôle que l'on pense avoir de la situation. Ainsi, pour Rasmussen et Sorheim (2006), les universités peuvent contribuer à modifier les attitudes, changer les comportements et les croyances des jeunes étudiants pour l'entrepreneuriat et influencer de ce fait positivement leur intention.

Dans le cadre du Burkina Faso, comparativement à la littérature étrangère, la littérature nationale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants très peu fournie. Bien que Sakola

¹ INSD (2007) : Rapport d'analyse des résultats de l'enquête annuelle sur les conditions de vie des ménages. http://cns.bf/IMG/pdf/eaquibb_2007.pdf

² Annuaire statistique 2021 de la Direction Générale des Etudes et des Statistiques Sectorielles (DGESS) du Ministère de la Fonction Publique, du Travail et de la Protection Sociale (MFPTPS) http://cns.bf/IMG/pdf/annuaire_statistique_2021_mfptps_final.pdf

(2018) ait traité des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale d'opportunité au Burkina Faso, les techniques d'analyse utilisées ne prennent pas en compte plusieurs variables susceptibles d'influencer l'intention. Aussi, il n'est pas judicieux d'appréhender l'intention de manière binaire car très souvent l'intention des personnes est nuancée (Moreau, 2006). Par conséquent, cette recherche est cruciale dans la mesure où elle permet d'améliorer les connaissances sur l'entrepreneuriat.

L'objectif de cet article est d'analyser l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université Thomas Sankara (UTS) au Burkina Faso. Comprendre les intentions des étudiants, permettra de mieux formuler les recommandations de politiques publiques afin d'obtenir une meilleure croissance et surtout réduire le chômage des diplômés. Pour cela, des données plus récentes sur un échantillon plus large ont été collectées à l'aide d'un questionnaire. Au regard du caractère multidimensionnel de l'intention et du caractère qualitatif des données, l'analyse des correspondances multiples (ACM) a été utilisée pour identifier les déterminants de l'entrepreneuriat.

2. Revue de littérature

Pour appréhender l'intention entrepreneuriale, plusieurs théories sont développées. Cependant, deux théories sont couramment utilisées par la littérature pertinente : la théorie de la formation de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et la théorie de la psychologie sociale notamment la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). L'intention entrepreneuriale est considérée comme le premier acte dans le processus entrepreneurial. Selon Boudabbous (2011), l'intention résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

Le système social et les valeurs culturelles sont au centre de la théorie de la formation de l'évènement entrepreneurial. Ainsi, Shapero et Sokol (1982) expliquent l'évènement entrepreneurial par quatre catégories de facteurs à savoir les déplacements négatifs, les situations intermédiaires, les déplacements positifs et les facteurs de perceptions de désirabilité et de faisabilité de l'acte entrepreneuriale.

Les déplacements négatifs sont formés de sous facteurs plus spécifiques. A titre s'exemple, ils peuvent être la perte d'un emploi, le divorce ou veuvage, l'immigration forcée, l'ennui, l'atteinte d'un certain âge moyen, l'insatisfaction au travail, la mort des parents, l'échec dans les études. Les situations intermédiaires sont les événements qui entraînent des modifications

dans les parcours de vie des individus. Elles peuvent être par exemple la sortie de l'armée, ou de prison, l'obtention d'un diplôme à l'école. Les déplacements positifs sont les facteurs tels que le gain à la loterie, opportunité de partenariat, d'un mentor, d'un investisseur, de clients, obtention. La désirabilité perçue et la faisabilité perçue se forment respectivement par le système de valeurs des acteurs et par les facteurs d'appui et de soutien disponibles. Ainsi, les variables sociales et culturelles, notamment celles de la famille et des parents sont les facteurs qui forgent la désirabilité. De plus, les perceptions de désirabilité sont renforcées par les expériences antérieures, les échecs ou encore les réussites dans des aventures. Les facteurs d'appui et de soutien disponibles peuvent être la disponibilité des ressources financières et informationnelles et en termes de compétences notamment les enseignements dispensés dans les établissements universitaires.

Selon l'approche d'Ajzen (1991), aller à l'entrepreneuriat est un processus. A cet effet, Bird (1988) soutient que l'intention est un processus au cours duquel, naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu. Ajzen (1991) précise que l'intention est un indicateur de l'intensité de la volonté qu'un individu dispose pour aller à l'entrepreneuriat. Ainsi, la création d'entreprise est considérée comme « un résultat direct des intentions des individus qui sont influencés par les variables environnementales ».

Selon Ajzen (1991), l'intention est déterminée par trois éléments : l'attitude à l'égard du comportement concerné, la perception des normes sociales et le contrôle que l'on pense avoir de la situation. En effet, d'après l'auteur, l'attitude envers la création d'une entreprise fait référence à des valeurs professionnelles et la vision de l'entrepreneuriat. Ainsi, l'attitude d'un étudiant envers la création d'une entreprise reposerait sur ses valeurs professionnelles et sa vision de l'entrepreneuriat. Dans ce sens, Boudabbous (2011) soutient que la pratique et la confrontation aux problèmes apportent l'expérience nécessaire pour modifier les aptitudes de l'entrepreneur potentiel et réorienter sa personnalité.

Pour Leger-Jarinou (2008), faire évoluer les attitudes et les comportements demande une pédagogie particulière : la pédagogie classique permet d'apporter des connaissances, alors que la pratique, la mise en situation et la confrontation à des problèmes apportent de l'expérience qui va, au fur et à mesure, modifier les aptitudes, les attitudes et la personnalité.

Pour Boyd et Vozikis (1994), il s'agit d'anticiper les conséquences de leurs comportements (attitudes, perceptions et efficacité personnelle). Ces perceptions, attitudes, croyances et préférences qui influencent l'intention sont l'issue du développement historique de chaque individu. Selon Bachiri (2016), l'intention dépend des facteurs externes qui influencent la

relation entre l'intention et le comportement. Ces facteurs peuvent donc favoriser ou empêcher la réalisation de l'intention.

Partant de ces deux théories, plusieurs auteurs ont cherché à mesurer l'intention entrepreneuriale des individus en particulier dans le milieu étudiant. Ainsi, à partir de la théorie du comportement planifié, Kolvereid (1996) montre que l'intention des étudiants norvégiens est significativement corrélée avec les normes sociales, les attitudes comportementales et le contrôle du comportement perçu. De même, les résultats de Boudabbous (2011) font ressortir l'importance des attitudes comportementales dans l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés de l'université de Sfax en Tunisie. Par contre, les normes sociales et les perceptions comportementales restent non significatives. Les résultats de Maâlej (2013) révèlent également l'importance des attitudes associées au comportement ainsi que l'importance des normes sociales dans l'intention entrepreneuriale. À contrario, les contraintes financières, la formation en création d'entreprise et tout ce qui se rapporte aux perceptions du contrôle comportemental sont d'un effet non significatif sur l'intention. Ariff et al. (2010) ont également examiné la relation entre les attitudes, les normes sociales et le contrôle perçu avec l'intention des étudiants malaisiens. Ils trouvent que l'attitude, les normes sociales et le contrôle perçu ont influencé l'intention des étudiants de s'engager dans l'entrepreneuriat. Harouna (2020) a trouvé des résultats similaires pour le cas des étudiants de l'université de Dosso au Niger. En effet, il trouve que l'intention entrepreneuriale est déterminée simultanément par les attitudes associées aux comportements, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu des étudiants.

Pour Fayolle (2003), l'environnement familial, les amis et les institutions de formation sont des facteurs qui incitent les individus à l'entrepreneuriat. De même, Schmitt (2008) montre que l'influence de la famille, des modèles entrepreneuriaux et de l'implication graduelle dans un milieu favorisent l'intention. Danner et Schutz (2017) montrent également que des individus qui ont un entrepreneur dans leur famille sont plus enclin à entreprendre. Ainsi, plus la possibilité est favorable à un individu, plus son intention d'aller à l'entrepreneuriat sera forte. Dans le même ordre d'idée, Alaoui et Radi (2017) ont montré, que les facteurs qui motivent l'intention des étudiants marocains sont l'expérience réussie d'un membre de la famille, suivi de la sensibilisation de certains professeurs, ensuite la qualité de la formation et le suivi des modules en rapport avec l'entrepreneuriat.

Tounès (2006) aborde la façon dont un individu perçoit un comportement désiré. Pour lui, il s'agit des aptitudes entrepreneuriales (ses compétences, ses capacités, etc.) et aussi les

ressources environnementales, c'est-à-dire les opportunités, les ressources disponibles qui modifient les comportements désirés. Le comportement perçu peut s'expliquer aussi selon Tounès (2006), par les formations en entrepreneuriat, les expériences professionnelles et associatives et la disponibilité des ressources. Pour Emin (2004), le désir de créer une entreprise et la faisabilité perçue contribuent significativement à la prédiction de l'intention de créer une entreprise, l'influence de la norme sociale perçue n'est pas significative.

Cano et Tabares (2017) utilise les facteurs de désirabilité perçue, de contrôle comportemental perçu et de normes sociales perçues. Ils trouvent que les principales motivations personnelles des étudiants pour démarrer leur propre entreprise, le degré de leur intention entrepreneuriale, l'influence de leur famille et leur environnement social jouent tous un rôle important dans la détermination de leur intention entrepreneuriale.

Plus récemment, les caractéristiques affectant l'ambition entrepreneuriale selon le sexe ont été mesurées par Ali et al. (2023). L'étude a révélé qu'un certain nombre de facteurs, notamment cognitifs (auto-efficacité, connaissance des entrepreneurs et peur de l'échec), économiques (opportunité perçue, choix de carrière et facilité de démarrage) et sociaux (sentiment d'égalité, statut et respect dans la société et protection sociale), affectent considérablement la probabilité des hommes et des femmes de devenir entrepreneurs.

3. Démarche méthodologique

3.1. Mesure de l'intention et de ses déterminants

Dans le cadre de ce papier, nous cherchons à comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants. Pour ce faire, la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) est retenue. En effet, elle permet de prendre en compte les variables sociodémographiques des étudiants. Pour Boissin et al. (2009), la prise en compte de ces caractéristiques permet de mieux comprendre les effets modérateurs sur l'intention. Ajzen and Fishbein (1980) relèvent que ces variables exercent une influence indirecte sur les intentions à travers leurs effets sur l'attitude, la norme subjective et le contrôle comportemental perçu.

Dans ce cadre, l'intention est mesurée en utilisant l'alternative professionnelle : salariat/entrepreneuriat. Les étudiants sont amenés à répondre à la question principale suivante : à la fin de vos études, « quelle est la probabilité que vous créez votre entreprise ? ». L'échelle de réponse part de « Très faiblement probable », « Faiblement probable », « Moyennement probable », « Probablement » à « Très probablement ».

En suivant la théorie de Ajzen (1991), treize (13) items dont deux (02) items décrivent les attitudes associées au comportement, six (06) items qui captent les normes subjectives et cinq (05) items qui mesurent les perceptions du contrôle ont été identifiés pour vérifier l'intention. Pour vérifier l'influence des normes sociales sur l'intention des étudiants, une échelle allant de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord » leur est proposée pour répondre aux 6 items y afférents. Les six items sont exprimés par les motivations (besoin d'accomplissement, recherche de l'autonomie), les perceptions des conséquences de la prise de risque et la connaissance de modèles d'entrepreneur.

Pour ce qui concerne l'attitude pour la création d'entreprise, et en se référant à Ajzen et Fishbein (1980), il s'agira de vérifier l'attraction des étudiants vers une vision plutôt floue de l'entrepreneuriat et, de l'autre côté, des personnes qui ont une perception plutôt positive de l'entrepreneuriat. L'attrait a été mesuré à l'aide de deux items sur une échelle allant de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord ». Ce groupe de variables porte sur l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire et par la quête d'informations pour mieux les structurer.

Le dernier groupe renferme les perceptions du contrôle comportemental. Ces variables portent sur les perceptions des aptitudes entrepreneuriales (les programmes ou formations en entrepreneuriat), les expériences professionnelles et associatives, et les perceptions de disponibilité des ressources (informations, conseils et finances).

A ces items, l'analyse a pris en compte d'autres variables telles que le sexe, les tranches d'âges et la pratique d'un job hors des cours.

L'intention d'entreprendre est un phénomène complexe. Au regard du caractère multidimensionnel de l'intention et de la nature qualitative des données, l'analyse en composante multiple (ACM) a été retenue.

3.2. Méthode de collecte et analyses descriptives des données

La population cible est composée d'étudiants de Licence 1, 2 et 3 de l'Université Thomas Sankara au Burkina Faso. Les données ont été collectées en 2022 à l'aide d'un questionnaire et la méthode auto-administrations a été adoptée.

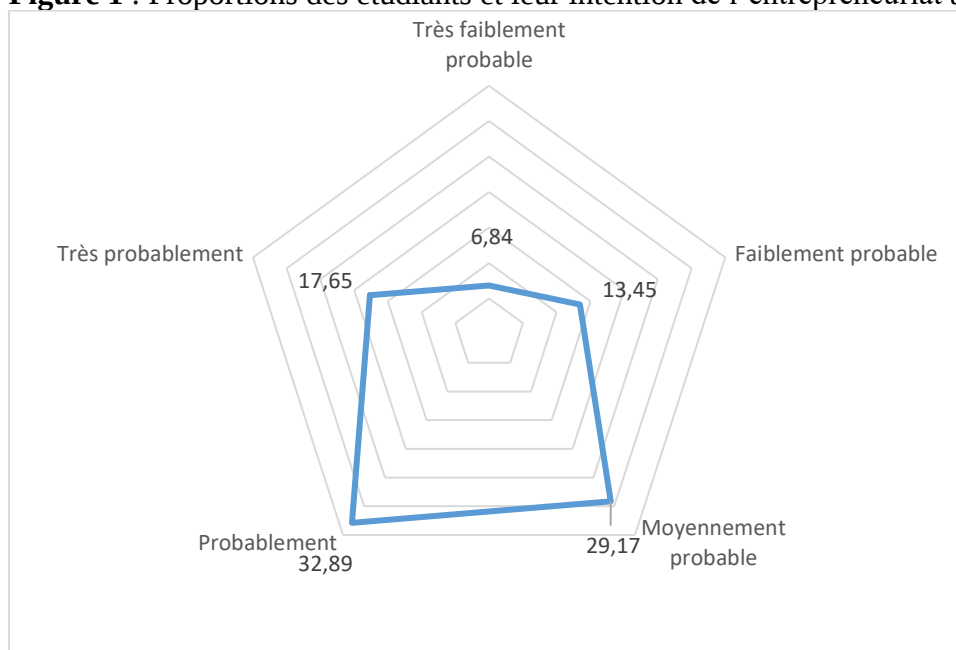
Au total, 833 étudiants ont été interviewés dont 37,8% de sexe féminin. Aussi, 82,8% des étudiants enquêtés ont moins de 25 ans, 16,2% ont un âge compris entre 26 et 30 ans. Quant à leur niveau d'étude, 23,9% des étudiants sont en Licence 1 ; 18,8% en Licence 2 et 57,3% en Licence 3. Ces étudiants sont repartis en trois filières : sciences économiques et de gestion (65,5%), science technologique (12,5%) et en sciences juridique et politique (22%).

Concernant les principales sources de revenus, pour 46,5% ce sont les parents, 37,1% c'est le

Fonds National pour l'Education et la Recherche (FONER), 9,2% des petits jobs et 1,2% sont des salariés. Même si les petits jobs ne constituent pas les principales sources de revenu pour la majorité, 42% les pratiquent en dehors des cours.

A la question selon laquelle, à la fin de leurs études « quelle est la probabilité que vous créiez votre entreprise ? », 17,6% disent que c'est « très probable », 32,9% répondent que c'est « probable » et 29,17% sont « hésitants ».

Figure 1 : Proportions des étudiants et leur intention de l'entrepreneuriat à la fin des études



Source : Données d'enquête, 2022

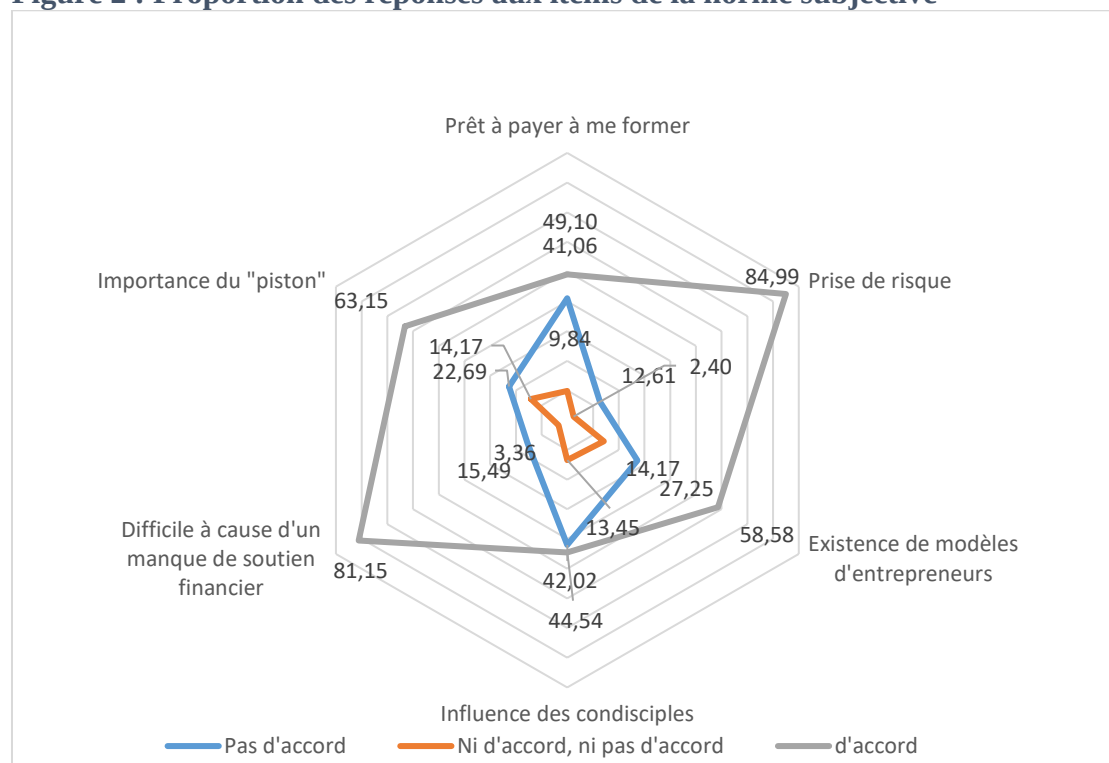
En fonction du niveau d'études, il ressort que 39,70% des étudiants sont en Licence 1 ; 57,32% en Licence 2 et 52,83% en Licence 3 disent qu'il est probable de créer leurs entreprises à la fin de leurs études. On constate cependant une légère baisse de ceux qui émettent cette probabilité en Licence 3 comparativement à la licence 2. Parmi ceux qui ont émis une probabilité favorable, 56,83% disent qu'il y a un entrepreneur entourage (un parent, un ami, un frère, une connaissance). Ce qui va en cohérence avec Gailly and Fayolle (2009) qui avaient montré que les intentions de certains étudiants français baisseraient avec le niveau d'études. Cependant, ces auteurs précisent que ceci n'est pas le cas pour les étudiants appartenant à une famille d'entrepreneurs ou ayant des expériences entrepreneuriales.

Quant au délai de passage à l'acte de création, il semble long pour la plupart. En effet, 22,8% et 31,7% souhaitent attendre longtemps après l'obtention de leur diplôme et 31,7%, après reconversion avant de penser à l'auto-emploi. En revanche, 10,7% disent s'être déjà lancés dans l'entrepreneuriat et 15,8% souhaitent attendre la fin de leurs études pour s'engager. Observons que les diplômés du supérieur rencontrent de plus en plus de difficultés à s'insérer

sur le marché du travail. En effet, une étude de 2020 du Ministère des enseignements supérieur, de la recherche et de l'innovation (MESRI) du Burkina Faso révèle que le temps d'attente pour un premier emploi pour un diplômé est de 2,1 ans. Kasula (2023) a trouvé qu'en République Démocratique du Congo, la durée moyenne de chômage varie entre 1 et 7 ans avant d'accéder à un premier emploi. Domoraud (2020) a estimé que ce délai était de 4,58 ans en Côte d'Ivoire. En réalité, les nouveaux diplômés sont plus exposés au chômage car l'accès à l'emploi est plus favorisé par l'ancienneté sur le marché du travail plutôt que par le diplôme du fait de la valorisation des expériences professionnelles des plus anciens. Ainsi, de nombre jeunes finissent par se décourager et abandonnent le marché de l'emploi pour se tourner vers l'auto-emploi.

L'intention est également influencée par les normes subjectives. Dans ce cas, on pourrait s'attendre à une pression sociale que l'environnement exerce sur l'individu afin de se conformer à une réalité. Le graphique ci-après présente les réponses données aux différentes questions sur les normes subjectives.

Figure 2 : Proportion des réponses aux items de la norme subjective



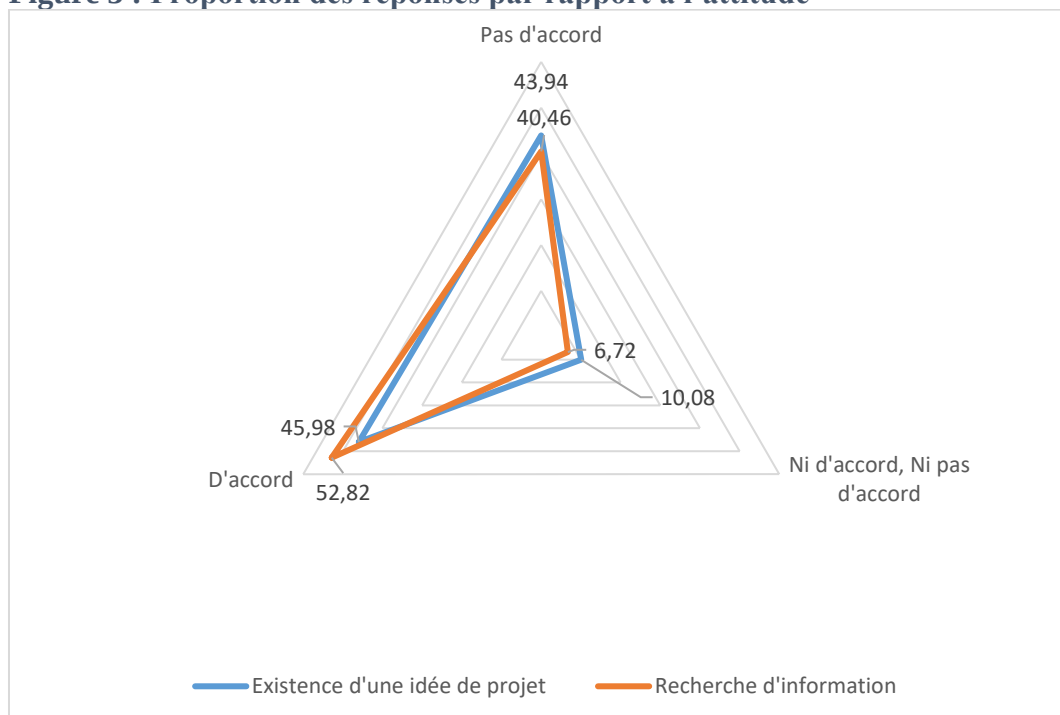
Source : Données d'enquête, 2022

Il ressort de la figure 2 que près de 85% des étudiants sont d'accord que la prise de risque est à la base de la formation de leur intention. Ils sont d'accord que l'accès au crédit est très déterminant car 81,15% disent qu'il est difficile de créer sa propre entreprise à cause d'un manque de soutiens financiers. Pour d'autres, la réussite dépend de l'importance du piston

(coup de pouce). Ce sont 63,15% des étudiants qui sont de cet avis. Quant à l'existence de modèles d'entrepreneurs, 58,58% des étudiants qui sont d'accord de l'influence. Et pourtant Sakola (2019) a trouvé au Burkina Faso que la médiatisation de nouvelles entreprises réussies n'influence pas la probabilité d'intention entrepreneuriale. Pour Mezhouli (2001), s'adosser à la famille est très rassurant. En effet, elle intervient pour minimiser le coût de création. Son réseau relationnel est autant important que son effort personnel, son réseau relationnel, qu'il soit constitué de relations familiales, professionnelles ou sociales, lui permet d'obtenir les informations nécessaires, éventuellement l'aide financière, administrative qu'il faut pour réaliser son projet dans un temps opportun. Aldrich and Fiol (1994) pensent que les relations interpersonnelles permettent à l'entrepreneur de surmonter les difficultés de la création, d'étendre son champ d'action, de gagner du temps et d'accéder à des ressources et opportunités autrement inaccessibles.

De même, connaître l'attitude de l'étudiant envers l'entrepreneuriat permet d'augurer son comportement. Dans le cadre de cet article, l'attitude est appréhendée par l'existence d'une idée ou d'un projet et la recherche d'information pour mieux les formaliser. Il ressort de l'enquête que 36,5% et 9,5% sont d'accord que l'existence d'une idée de projet influence l'intention d'aller à l'entrepreneuriat contre 24,5% et 19,4% qui ne sont pas de cet avis. Une tendance similaire est observée quant à la recherche d'information comme mentionner dans la figure 3.

Figure 3 : Proportion des réponses par rapport à l'attitude

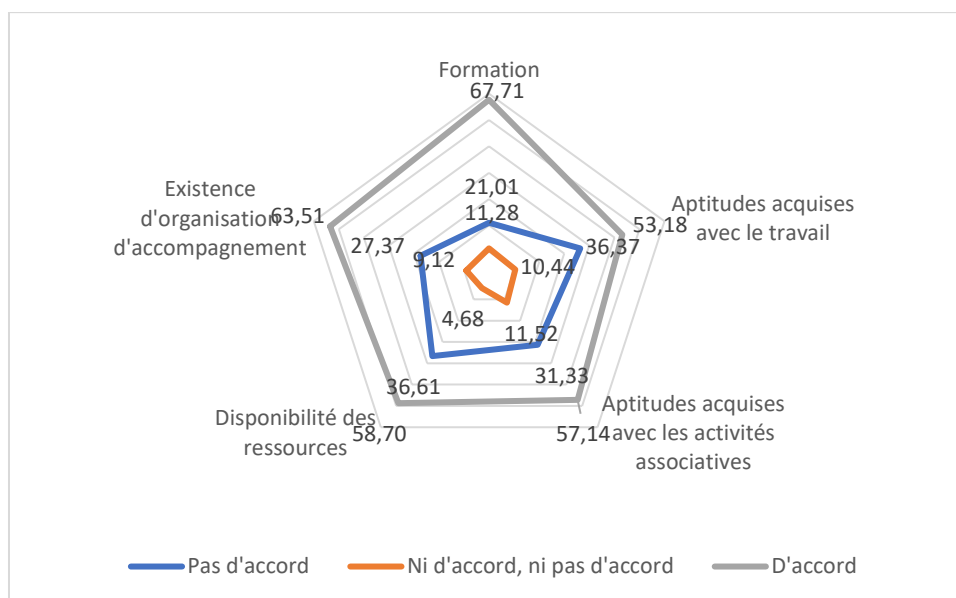


Source : Données de l'enquête, 2022

Ces réponses sont similaires à celles obtenues par Salhi et Boujelbene (2013) en Tunisie. Les deux auteurs ont trouvé que plus les étudiants formulent des projets ou des idées d'entreprises, plus forte est leur intention d'entreprendre. Aussi, plus ils sont en quête d'informations pour mieux formaliser certains aspects de leurs idées ou leurs projets, leur intention est plus forte.

Pour ce qui concerne les perceptions du contrôle comportemental, elles se déclinent en perception des propres aptitudes entrepreneuriales des enquêtés et en perception des ressources de l'environnement. La figure suivante présente les proportions de réponses.

Figure 4 : Proportions des réponses en rapport avec la perception perçue



Source : Données d'enquêtes, 2022

Il ressort de la figure que la majorité des étudiants est d'accord que les perceptions des aptitudes entrepreneuriales qu'ils acquièrent avec les formations en entrepreneuriat influencent leur intention. Salhi et Boujelbene (2001) ont abouti à une conclusion similaire selon laquelle, les universités ayant offert une formation entrepreneuriale à leurs étudiants ont des niveaux plus élevés d'intention entrepreneuriale par rapport aux autres. Indjendje Ndala et Wora (2016) aboutissent à la même conclusion au Gabon où la formation a permis de faire booster l'intention entrepreneuriale des étudiants de 17,30 à 47,19%. Tounès (2006) a montré que la formation suscite mieux l'envie d'entreprendre. Ainsi, il ressort que plusieurs étudiants sont d'accord que les perceptions des aptitudes entrepreneuriales qu'ils acquièrent avec les expériences de travail et de stage (53,18%) et aussi avec les activités associatives (57,14%) influencent leur perception de l'entrepreneuriat. Pour ces étudiants, les principales dimensions sont la prise de responsabilité et de décisions ainsi que la conduite ou la participation à des projets dans des petites et moyennes entreprises. Il ressort de l'enquête que près de 37% qui sont engagés dans une structure associative ou d'action collective.

En accord avec Tounès (2006), l'intention entrepreneuriale sera sans effet, si les étudiants perçoivent des obstacles insurmontables. En effet, les perceptions qu'ils ont de la difficulté ou de la facilité d'accès aux informations, conseils et finances pour affiner et concrétiser leurs

projets peuvent agir sur l'intention. L'enquête a montré que 87,4% des étudiants pensent qu'une formation à l'entrepreneuriat est nécessaire dans les cursus scolaire et universitaire. Pour certains cet enseignement doit commencer au niveau secondaire (34,8%), d'autres pensent que c'est plutôt à partir du post primaire (30,5%).

4. Analyse des résultats de la mesure de l'intention

Pour approfondir la compréhension de l'intention entrepreneuriale des étudiants, l'ACM a été appliquée sur les modalités en rapport avec les normes sociales, l'attitude entrepreneuriale et les perceptions perçues.

Les résultats de l'ACM sont analysés sur les deux dimensions qui contiennent le plus d'informations. La première dimension oppose deux groupes d'individus. Le premier groupe (à gauche du graphique) représente ceux qui ont une vision positive de l'entrepreneuriat et qui veulent entreprendre alors que le deuxième groupe (à droite du graphique) est composé d'étudiants qui manquent d'intention entrepreneuriale.

Le premier groupe se subdivise en deux sous-groupes également : les étudiants qui veulent très probablement aller à l'entrepreneuriat et ceux qui disent vouloir aller à l'entrepreneuriat moyennement. La représentation graphique de l'ACM montre que l'intention entrepreneuriale est proche des variables de perceptions et d'attitudes. Ce résultat signifie que l'intention entrepreneuriale des étudiants est déterminée par les variables d'attitude et les variables de perception.

Les variables de perception qui influencent l'entrepreneuriat des étudiants sont principalement : les expériences de travail et de stages (PST), la participation aux activités associatives (PAA), la disponibilité des ressources (financières, informations et conseils) (PDR) et l'existence d'organisation accompagnent les projets des étudiants (PEO). Ces résultats indiquent que les expériences de travail et de stages, la participation aux activités associatives, la disponibilité des ressources financières et l'existence d'organisation accompagnant les projets améliorent l'intention entrepreneuriale des étudiants. Ce résultat corrobore ceux de plusieurs auteurs dans la revue de littérature. En effet, les travaux de Salhi et Boujelbene (2001), Tounès (2006) et de Indjendje Ndala et Wora (2016) ont mis en évidence l'importance de la formation dans l'intention d'entreprendre des étudiants. Aussi, les résultats sont similaires à ceux de Tounès (2006) qui a montré que les expériences professionnelles et associatives et la disponibilité des ressources sont les variables qui expliquent l'intention entrepreneuriale.

Pour ce qui est des variables aptitudes, il s'agit de l'existence d'une idée de projet (AEIP) et de la recherche d'information auprès des enseignants (ARIE). L'intention des étudiants est positivement affectée par l'existence d'une idée de projet et la recherche de l'information liée à l'entrepreneuriat. Ce résultat corrobore ceux obtenus par Salhi et Boujelbene (2013) en Tunisie ou plus les étudiants formulent des projets ou des idées d'entreprises, plus forte est leur intention d'entreprendre. De même, des résultats similaires sont trouvés par des auteurs comme Boudabbous (2011), Maâlej (2013), Ariff et al. (2010) et Harouna (2020) ont fait ressortir le rôle de l'attitudes des étudiants sur leur intention d'entreprendre.

Par contre, les normes sociales influencent très peu l'entrepreneuriat. En effet, il n'y a que l'existence de modèle d'entrepreneur (NEM) qui affecte l'intention entrepreneuriale des étudiants. Ce résultat est conforme à ceux de Fayolle (2003), de Schmitt (2008), de Danner et Schutz (2017) et de Alaoui et Radi (2017) pour qui l'environnement familial, les amis des modèles entrepreneuriaux sont des facteurs qui incitent les individus à l'entrepreneuriat. Les autres variables de normes sociales n'affectent pas l'intention entrepreneuriale de étudiants.

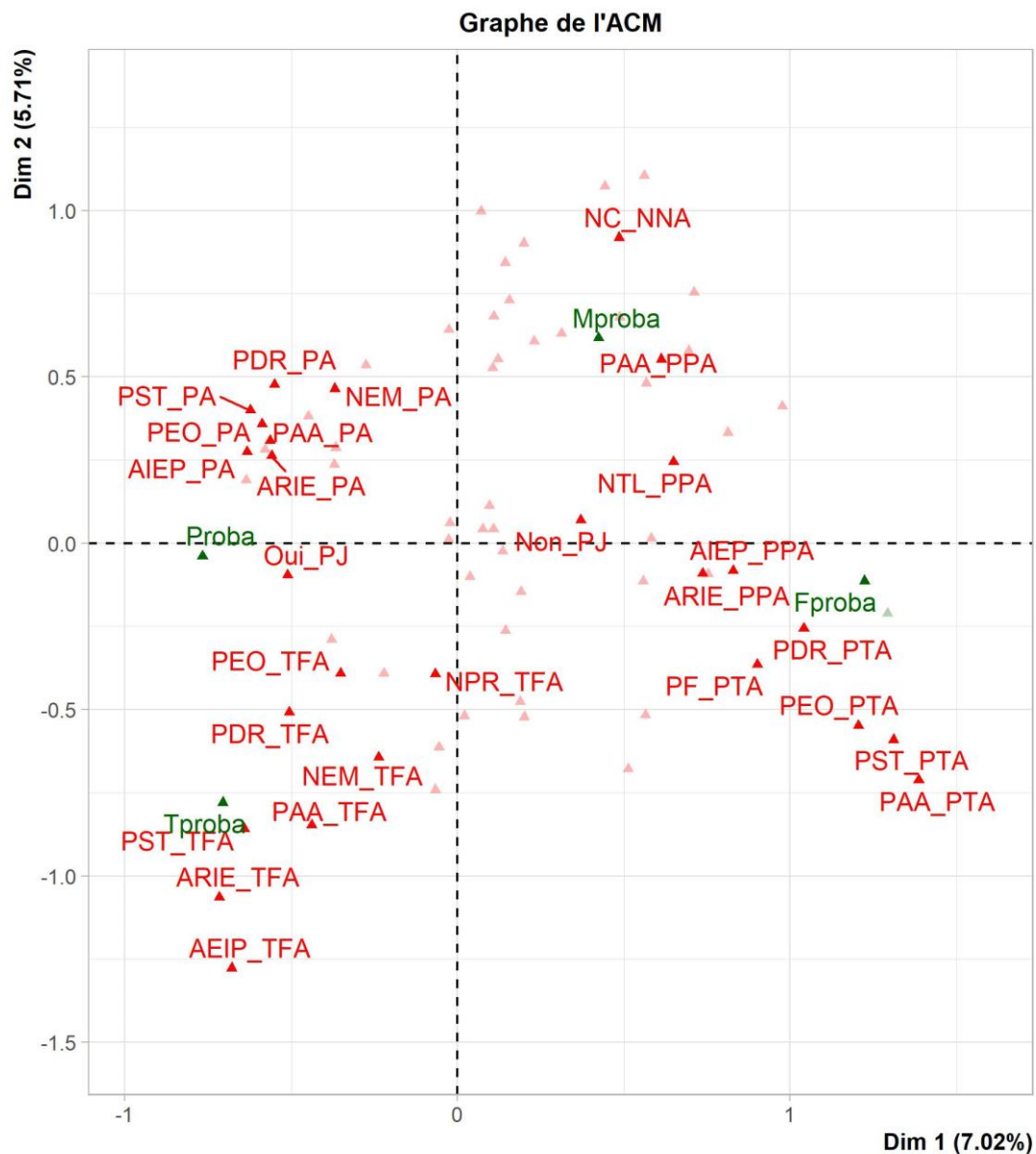
De plus, la représentation graphique de l'ACM présente un rapprochement entre la pratique de petits jobs en dehors des cours et l'intention entrepreneuriale des étudiants. En effet, la pratique de petits jobs développe les aptitudes et change les perceptions des étudiants ce qui leur procure une expérience entrepreneuriale.

La dimension 2 oppose également les étudiants caractérisés par une position tranchée sur l'entrepreneuriat (en bas du graphe) et des étudiants caractérisés par une position relative par rapport à l'entrepreneuriat (en haut du graphe). Le premier groupe se divise en deux sous-groupes à savoir ceux qui sont prêts à entreprendre et ceux qui ne souhaitent pas se lancer dans l'entrepreneuriat. Le premier sous-groupe sont des étudiants qui ont une perception positive de l'entrepreneuriat. Pour améliorer leur perception, les étudiants sont d'accord que leur aptitude change avec les expériences et les stages. Pour ce groupe d'individus les modalités de capacités perçues (à savoir les expériences de stage, accès aux ressources et la participation aux activités associatives) et les modalités de normes (l'existence de modèles d'entrepreneur dans l'entourage et la réalisation de soi) sont les facteurs qui les motivent le plus à aller dans l'entrepreneuriat. Le deuxième sous-groupe est un ensemble d'individu qui n'ont aucun attrait pour l'entrepreneuriat.

Les résultats montrent que les normes sociales n'ont pas une grande influence sur l'intention des étudiants. Ce qui veut dire en réalité que la culture entrepreneuriale des étudiants de l'UTS est faible. En effet, plus de la moitié disent ne pas disposer de connaissances sur

l'entrepreneuriat (53,78%) et aussi, ils n'ont pas été suffisamment préparés à l'entrepreneuriat (62,30%). La peur de l'échec et la confiance en soi font qu'ils ne s'intéressent pas à l'entrepreneuriat. Ce résultat est contraire à plusieurs études qui montrent que les individus qui ont des proches dans l'entrepreneuriat influencent l'intention d'entreprendre (Dialla, 2004; Gasse et al., 2006). La Figure ci-après présente la représentation graphique.

Le Figure 5 : représentation de l'intention entrepreneuriale et ses déterminants



Source : auteurs

5. Conclusion

Dans ce papier, nous analysons l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'UTS. A partir des données collectées sur un échantillon de 833 étudiants, l'étude a procédé à des analyses statistiques descriptives et les travaux ont été approfondis en faisant une analyse en composante multiple.

Les statistiques descriptives ont permis d'affirmer que l'intention entrepreneuriale des étudiants est positivement liée aux normes subjectives, à l'attitude et les perceptions perçues sur l'intention entrepreneuriale. Il ressort également que la majorité des étudiants a émis des intentions à entreprendre à la fin de leurs études.

Par la suite, l'article a cherché les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale à partir d'une approche multidimensionnelle. Ce qui a permis de savoir que les items relatifs aux normes subjectives ne sont pas très déterminants dans l'intention entrepreneuriale des étudiants. Ce résultat est surprenant, mais les étudiants ont dit n'avoir aucune connaissance de l'entrepreneuriat et par conséquent, ils n'ont aucune culture entrepreneuriale qui devrait mettre en valeur les caractéristiques qui stimulent le désir d'entreprendre et le besoin de se réaliser et de prendre des risques.

L'ACM a donc permis de montrer que les facteurs structurants de l'esprit d'entreprendre sont essentiellement basés sur les croyances entrepreneuriales, et, plus particulièrement, sur deux catégories de celles-ci, les croyances d'attitude et les perceptions. Les aspects qui, au-delà des croyances entrepreneuriales, définissent l'esprit d'entreprendre ne jouent pas un grand rôle dans la structuration de celui-ci.

La recherche recommande alors la mise en place des incubateurs et des modules d'enseignement susceptibles de renforcer les capacités entrepreneuriales (les croyances d'attitude et les perceptions) des étudiants afin d'influencer positivement non seulement sur l'attrait envers la création d'entreprise, mais aussi à améliorer la perception que l'étudiant a des difficultés à surmonter à aller à l'entrepreneuriat. Pour cela, l'étude suggère également que l'enseignement de l'entrepreneuriat débute très tôt dans le cursus scolaire des étudiants. Ce qui peut permettre une prise de conscience très tôt de la problématique de l'auto emploi.

Conflit d'intérêt

Les auteurs déclarent qu'il n'y a aucun conflit d'intérêt concernant la publication de cet article.

Bibliographie

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I.; Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewoods Cliffs : Prentice Hall.
- Alaoui, L. L., & Radi, S. (2017). Teaching entrepreneurship through a Training program: Master of entrepreneurship and project management, impact on the Moroccan student. *Eighth Annual Conference on Business and Entrepreneurship in Africa*. Richmond, Virginia (USA).
- Aldrich, H.; Fiol, C. M. (1994). Fools rush in the institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19(4), 645-671.
- Ali, A., & Yousuf, S. (2019). Social capital and entrepreneurial intention: empirical evidence from rural community of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–13. Récupéré sur // doi.org/10.1186/s40497-019-0193-z
- Ali, J., Jabeen, Z., & Burhan, M. (2023). Measuring factors influencing entrepreneurial intention across gender in India: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Database. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 5(1), 63-82. Récupéré sur <https://doi.org/10.1108/JRME-08-2021-0105>

- Ariff, A. H. M.; Bidin, Z.; Ahmed, A. (2010). Predicting entrepreneurship intention among Maaly University accounting students in Malaysia. *European Journal*, 6, 1-10.
- Bachiri, M. (2016). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine? *Managament & Avenir Management*, 7(89), 109-127.
- BAD. (2017). *Stratégie pour l'emploi des jeunes en Afrique pour la période 2016-2025*.
- Baumol, W. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *American Economie Review*, 58(2), 64-71.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas : The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442–453.
- Boissin,J-P.; Branchet, B.; Almeid, A. F.; Bittar, S.; Freitas, H.; Dai Pra Martens, C. (2009). Intentions entrepreneuriales des étudiants : une comparaison Brésil –France. *Actes du 5ème colloque de l'IFBAE* ,. Grenoble, 18 et 19 mai.
- Boudabbous, S. (2011). L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *Revue libanaise de gestion et d'économie*, 4(6), 1-20.
- Boudabbous, S. (2011). L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *Revue Libanaise de Gestion et d'Economie*, 4(6), 1-20.
- Boyd, N.G.; Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Campy, C. (2014). L'entrepreneuriat : antidote au chômage des jeunes ? *Cahiers de l'action*, 41(1), 19-27.
- Cano, J. A., & Tabares, A. (2017). Determinants of university students' entrepreneurial intention: GUESSS Colombia study. *Espacios*, 38(45), 22.
- Danner, M., & Schutz, N. (2017). Démocratiser la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur : les limites d'un programme basé sur le volontariat. *Revue Française de sciences sociale "Formation emploi"*, 140, 107-127.
- Dialla, E. B. (2004). Les fondements de l'entrepreneuriat au Burkina Faso. (CAPES, Éd.) *DT-CAPES*(16), 70-91.
- Dimé, M. (2015). Flamber moins et investir utile : La promotion de l'entrepreneuriat chez des migrants de retour au Sénégal. *Africa Development*, 40(1), 81–97.
- Domoraud, Z. M. (2020). Unemployment duration and professional integration in Côte d'Ivoire. *Revue ivoirienne de Sciences et de Gestion*, 1(2), 31-47.
- Emin, S. (2004). Les facteurs déterminants de la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), 1-20.
- Fayolle, A. (2003). *Le métier de créateur d'entreprise*. Editions d'Organisation.
- Gailly, A.; Fayolle, B. (2009). Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre. *Management*, 12(3), 176-203.
- Harouna, M. (2020). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Dosso au Niger. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 1(6), 1-16.
- Indjendje Ndala, P. D.; Wora, C. (2016). Evolution de l'intention entrepreneuriale durant une formation en entrepreneuriat: Cas des étudiants de l'Institut Supérieur de Technologie (IST) au Gabon. *XXVème Conférence Internationale de Management Stratégique*. Hammamet Tunisie.
- INS. (2018). *Enquête Emploi*. Tunis.
- INSD. (2019). *Enquête Régionale Intégrée sur l'Emploi et le Secteur Informel, Burkina Faso 2018; Rapport Final*. Ouagadougou, Burkina Faso: INSD.

- Kasula, F. (2023). Chômage et accès au premier emploi des jeunes diplômés d'universités: Points de vue d'anciens universitaires. *International Journal of Social Sciences and Scientific Studies*, 3(1).
- Kolvereid, I. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 47-57.
- Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions : Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330.
- Leger-Jarinou, C. (2008). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes. *Revue française*(185).
- Maâlej, A. (2013). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *La Revue Gestion et Organisation*, 5, 33-39.
- Mezhoudi, L. (2001). *L'essaimage d'entreprises et l'appropriation de la technologie*. Thèse de Doctorat, ISG de Tunis.
- Moreau, R. (2006). Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale.
- Nkem Ezenwanne, D. (2023). Entrepreneurial Intention and Skills Needed by Today's Youths for Sustainable Development. *Social Education Research*, 170-181. Récupéré sur <http://ojs.wiserpub.com/index.php/SER/>
- OCDE. (2022). *Education at a Glance 2022 : OECD Indicators*. Paris, France: Éditions OCDE. doi:<https://doi.org/10.1787/3197152b-en>
- OIT. (2022). *Global Employment Trends for Youth 2022: Investing in transforming futures for Young People*. Turin, Italie.
- Rasmussen, E., & Sorheim, R. (2006). Action-Based Entrepreneurship Education . *Technovation*, 26, 185-194 . doi:10.1016/j.technovation.2005.06.012
- Sakola, D. A. (2018). *Caractérisation du processus entrepreneurial des primo créateurs diplômés de l'enseignement supérieur au Burkina Faso*. Thèse de Doctorat, Université Ouaga II, Ouagadougou, Burkina Faso.
- Sakola, D. A. (2019). Les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale d'opportunité au Burkina Faso. *REVUE CEDRES-ETUDES*(07 Séries Gestion), 1021-3236.
- Salhi, B.; Boujelbene, Y. (2013). La formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants suivant des programmes en entrepreneurial. *La Revue Gestion et Organisation*, 5, 40-61.
- Schmitt, C. (2008). Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales.
- Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Oxford University Press.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds.).
- Tounès, A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français. *Revue des sciences de gestion*, 219(41), 57-65.
- Varela, R.; Jimenez, J.E. (2001). The effect of entrepreneurship education in the universities of Cali. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson Conference Proceedings*.
- Yuan, Y., Cao, J., & Zhang, F. (2020). Research on the problems existing in the employment of college students in the new era and the employment guidance strategy of counselors. *Open Journal of Social Sciences*, 8(9), 245-250. Récupéré sur [//doi.org/10.4236/jss.2020.89019](https://doi.org/10.4236/jss.2020.89019)
- Zineelabidine, M., Hassainate, M., & Hammouchi, M. S. (2018). L'intention entrepreneuriale : Revue de littérature et thématique d'analyse. *International Journal of Business and Economic Strategy*, 9, 7-22.