

Emile AIFA

Email : emileaifa@yahoo.fr - CRECI/IUT – Université de Parakou

La propension à s'engager dans l'entrepreneuriat chez les étudiants de l'IUT/UP : une analyse par la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol.

Résumé : Dans les universités béninoises, l'enseignement de l'entrepreneuriat semble être assimilé, de nos jours, à un précieux outil de création d'emplois et un levier important pour faire face au récurrent problème de chômage. Cependant, force est de constater malgré ce dispositif intéressant que nombre d'étudiants, après leur cursus universitaire, ont du mal à se lancer dans les affaires. Le but visé par cet article est de chercher à comprendre si la variable « attrait » fonde un tel comportement de la part des étudiants de l'Institut Universitaire de Technologie de l'Université de Parakou. A cet effet, cette étude s'est appuyée sur la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) pour estimer une régression logistique binaire. L'objectif visé est d'expliquer l'intention entrepreneuriale de ces étudiants. Les résultats obtenus montrent que si ces étudiants sont encouragés par leur entourage et ont l'aptitude ou la capacité requise pour aller à l'entrepreneuriat, un faible attrait caractérise leur comportement. Une révision du programme de formation en entrepreneuriat par l'introduction de modules professionnels cohérents fondés sur une logique d'incitation à l'entrepreneuriat est alors nécessaire.

Mots-clés : Attrait – Intention – Entrepreneuriat – Etudiant – Formation.

The propensity to engage in entrepreneurship among IUT/UP students: an analysis using Shapero and Sokol's entrepreneurial event theory.

Summary: In Benin's universities, teaching entrepreneurship seems to be seen these days as a valuable job-creation tool and an important lever for tackling the recurring problem of unemployment. However, despite this interesting system, many students find it difficult to start their own business after graduating from university. The aim of this article is to understand whether the "attractiveness" variable underlies such behavior on the part of students at the University Institute of Technology of the University of Parakou. To this end, this study used Shapero and Sokol's (1982) theory of the entrepreneurial event to estimate a binary logistic regression. The aim was to explain the entrepreneurial intention of these students. The results obtained show that, while these students are encouraged by their entourage and have the aptitude or ability required to go into entrepreneurship, a weak attraction characterizes their behavior. It is therefore necessary to revise the entrepreneurship training program by introducing coherent professional modules based on an entrepreneurial incentive logic.

Keywords: Attraction – Intention Entrepreneurship – Student – Training

JEL Classification : A29 – L26 – I29 – M19.

Received for publication: 20230104.

Final revision accepted for publication: 20230630

1. Introduction

L’entrepreneuriat s’illustre de nos jours comme une solution alternative de création de valeur, de richesse et d’emploi dans un environnement économique mondial de plus en plus difficile et marqué par un chômage endémique. En effet, après les années d’ajustement structurel et la vague de privatisation qui ont amené la fonction publique africaine à réduire ses effectifs, la question de l’emploi à travers la création d’entreprise de petite dimension se positionne de plus en plus au centre de la vie économique (Coulibaly, 2008). Cette situation de précarité de l’emploi prend une allure structurelle au Bénin où dans les universités nationales, l’intérêt pour la création d’entreprise s’est accentué ces dernières années, vu le nombre sans cesse croissant de diplômés sans emploi.

A l’Université de Parakou (UP), par exemple, outre les séances de formations périodiques organisées par le Centre de Développement de l’Entrepreneuriat (CDE), des cours d’entrepreneuriat sont enseignés dans plusieurs établissements spécialisés comme l’Institut Universitaire de Technologie (IUT). En effet, né il y a environ vingt ans en même temps que l’UP dont il est une composante, l’IUT, est un acteur majeur de la formation orientée vers des secteurs porteurs tels que le commerce, l’informatique, la gestion, la logistique, etc. Dans le but de former les étudiants à une carrière professionnelle et leur éviter ainsi le chômage, l’IUT a inséré dans son offre de formation des cours d’entrepreneuriat combinés avec des stages obligatoires en entreprise. Malgré ce dispositif pourtant adéquat, les étudiants - dont la quasi-totalité reste en situation de sans-emploi - à leur sortie, éprouvent de difficultés à se prendre en charge dans un processus entrepreneurial.

Cette situation de défaut ou de difficulté de prise en charge est d’ailleurs observable dans toutes les filières de l’Institut. Ce constat préoccupant nous amène à nous interroger sur les facteurs essentiels susceptibles de conditionner l’intention entrepreneuriale des diplômés de l’IUT. En effet, cerner ces facteurs peut aider à la mise en place de stratégies adéquates de lutte contre le chômage des jeunes diplômés.

Dans cette recherche, il existe un enjeu particulier à tester « la propension de l’étudiant à s’engager » dans l’entrepreneuriat, vu l’inertie et le manque de dynamisme dont il est souvent soupçonné dans les discours. Le modèle de Shapero et Sokol (1982) qui mobilise la théorie de l’évènement entrepreneurial se prête bien à cette préoccupation. D’ailleurs, en dehors de la théorie du comportement planifié (TCP) d’Ajzen (1991), la plupart des travaux théoriques qui portent sur l’étude de l’intention entrepreneuriale se fondent sur le modèle de l’évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), (Krueger et al, 2000 ; Emin, 2003 ; Boissin et al, 2005 ; Fayolle, 2005 ; Fayolle et al, 2006 ; Kolvereid et Isaksen, 2006 ; Souitaris et al, 2007). En plus, ce modèle offre également un cadre cohérent, simple et robuste pour atteindre une meilleure compréhension du processus de création d’entreprise (Krueger et al. 2000).

L’intérêt de la présente recherche est de servir non seulement de support à la stratégie de lutte contre le chômage des étudiants, mais aussi de soubassement pour la prise de

décision dans le cadre des politiques économiques en faveur de l'emploi des jeunes. En effet, il serait d'autant plus facile de développer l'esprit entrepreneurial chez ces étudiants dès lors que les variables déterminantes sont identifiées.

Cela étant, la présente recherche s'articule autour de trois parties. La première partie fait la présentation du cadre contextuel. La deuxième partie porte sur le cadre théorique et la revue de la littérature et la troisième partie analyse les résultats empiriques issus des spécifications économétriques.

2. Présentation de l'IUT/UP

Créé en octobre 2000, en même temps que l'Université de Parakou dont il est une constituante, l'Institut Universitaire de Technologie, est un acteur important de la formation professionnelle dans cette université. A ce titre, il compte six spécialités de formation que sont : Gestion des Entreprises (GE), Gestion des Banques (GB), Gestion Commerciale (GC), Gestion des Ressources Humaines (GRH), Gestion des Transports et Logistiques (GTL) et Informatique de Gestion (IG).

Chaque année, l'établissement accueille en moyenne 500 étudiants répartis dans les différentes spécialités. Au nombre de ces étudiants, il faut compter les boursiers, les semi-boursiers et les inscrits libres ou sur titre. La présence au cours est obligatoire et les étudiants sont évalués tout au long de l'année sous forme de contrôle continu : devoir de table, devoir de maison, exposé, travaux pratiques, etc.

En effet, comme dans toute l'université (UP), le système d'enseignement dispensé à l'IUT est le système LMD (Licence - Master - Doctorat), quoiqu'il ne dispose que des cycles Licence et Master. A ce titre, pour assurer la formation des étudiants, l'IUT combine enseignements théorique et pratique avec, notamment une équipe d'universitaires (enseignants permanents et vacataires) qu'appuie un pool de cadres professionnels exerçant en entreprise.

Les enseignements dispensés dans chaque spécialité font l'objet par semestre de 30 crédits de 750 heures¹ réparties en regroupement d'unités d'enseignement (UE) : unité de connaissances fondamentales, unités de spécialité ou de découverte, unité de méthodologie et unités de culture générale. Chaque unité d'enseignement est composée d'une ou de plusieurs ECU. La fin du cycle, pour la licence, est marquée par un stage obligatoire en entreprise, sanctionné par la rédaction d'un mémoire à soutenir en public. Dans le but de professionnaliser les étudiants et de les préparer à éviter le chômage à leur sortie, des cours d'entrepreneuriat sont dispensés de façon transversale à toutes les spécialités aux semestres 1, 3 et 5. La masse horaire totale consacrée à ce cours durant les trois années de licence est de 300 heures, réparties en 90 heures de cours magistral, 60 heures de travaux dirigés et 150 heures de travaux personnels de l'étudiant. En effet, en plus de leur inculquer l'esprit d'entreprise, voire susciter chez eux, l'intention entrepreneuriale, ces cours sont censés renforcer la capacité des étudiants à réussir dans

¹ réparties comme suit : 270 heures en cours magistral, 190 heures de travaux dirigés et 290 heures de travaux personnels de l'étudiant.

l'entrepreneuriat, vu le marché de l'emploi marqué par un taux de chômage relativement élevé.

3. L'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale

L'appréhension du concept d'entrepreneuriat permet de mieux cerner l'intention entrepreneuriale (Bachiri, 2016). Plusieurs auteurs se sont intéressés à la définition de l'entrepreneuriat qui reste un concept assez large, varié et multidisciplinaire. Cette variété de définition de l'entrepreneuriat, justifie, sans nul doute, la multitude d'acceptations qu'on retrouve dans la littérature (Leger-Jarniou, 2008). D'ailleurs, Fayolle et Verstraete (2005) pensent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition. Pour Dieng, (2000), l'entrepreneuriat recouvre l'ensemble des activités réelles quelle que soit leur nature et susceptibles de procurer des gains futurs. Chiraz et Nouri (2014) définissent, de leur côté, l'entrepreneuriat comme une activité qui implique la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités avec comme but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus et matériaux par des moyens qui n'existaient pas auparavant.

Fayolle et Verstraete (2005) résument le concept d'entrepreneuriat en opérant une classification des définitions suivant quatre courants de pensées ou paradigmes. (i) Paradigme d'opportunité d'affaire : dans ce contexte, l'entrepreneuriat est défini comme étant la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter et aussi à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. (ii) Paradigme de la création d'une organisation : dans ce paradigme, l'entrepreneuriat est défini comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes. Toutefois, la notion de l'organisation ne se limite pas seulement à celle d'entreprise. (iii) Paradigme de la création de la valeur : il définit l'entrepreneuriat comme phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. (iv) Paradigme de l'innovation : ce paradigme met l'innovation au centre de la définition de l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat peut donc être considéré comme un véritable outil de développement économique et social, vu son rôle important dans la création de richesse et la lutte contre le chômage. De par ce rôle, l'entrepreneuriat facilite l'insertion professionnelle des actifs par le fait qu'il favorise la création d'entreprise. Plusieurs auteurs s'accordent, d'ailleurs à dire que la création d'entreprise correspond à un processus intentionnel (Krueger et al, 2000 ; Tounès, 2003 ; Fayolle, 2005 ; Kolvereid et Isaksen, 2006). Ces auteurs considèrent l'intention entrepreneuriale comme étant précurseur de l'action entrepreneuriale. Pour Krueger et Carsrud (1993), l'intention entrepreneuriale a un rôle central dans le processus entrepreneurial parce qu'elle forme un élément de soutien des nouvelles entreprises. Harbi et Mansour (2008) considèrent que l'intention permet de prédire le comportement et par conséquent son étude est très indispensable pour expliquer le processus qui conduit à la création d'une entreprise. Dans une perspective processuelle, l'intention entrepreneuriale représente une étape déterminante dans le processus de création d'entreprise (Harbi et Mansour, 2008). Elle permet de prédire l'acte d'entreprendre qui serait susceptible de se concrétiser. L'intention entrepreneuriale a fait l'objet de formalisation de la part de plusieurs auteurs qui en ont

développé des théories diverses. Cependant, la plupart des travaux théoriques ayant abordé l'étude sur l'intention entrepreneuriale se rapportent à la théorie du comportement planifié (TCP) d'Ajzen (1991) et le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), (Krueger et al, 2000 ; Emin, 2003 ; Boissin et *al.*, 2005 ; Fayolle, 2005 ; Fayolle et *al.*, 2006 ; Kolvereid et Isaksen, 2006 ; Souitaris et *al.*, 2007). « Ces deux travaux fournissent une explication similaire de l'intention entrepreneuriale de l'individu et ils offrent un cadre cohérent, simple et robuste pour atteindre une meilleure compréhension du processus de création d'entreprise » (Krueger et *al.*, 2000).

Le modèle théorique qui nous sert de support dans le cadre de cette recherche est le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).

4. La théorie de l'évènement entrepreneurial

La TEE est un des modèles d'intention entrepreneuriale les plus connus. Elle a été d'abord formalisé en 1975 par Shapero et, fut ensuite complétée et enrichie par Krueger (1993). Cette théorie part du principe que toute décision, notamment celle d'entreprendre, émane d'un changement important dans la vie de l'individu qui va la prendre. En effet, pour qu'un individu opère un changement raisonnable dans sa vie, un évènement doit venir déclencher une telle décision. Cette situation conduit à ce que Shapero (1975) appelait déjà « un déplacement » et qui sert d'acteur au déclenchement de l'action d'entreprendre. En plus, les auteurs estiment que le choix va dépendre de deux autres éléments fondamentaux, à savoir : la désirabilité de l'action et sa faisabilité. En résumé quand un individu prend la décision d'entreprendre, il développe des attitudes de désirabilité et de faisabilité. L'idée sous-jacente est qu'un individu qui décide d'entreprendre est déterminé par les deux variables de désirabilité et de faisabilité de l'action.

La variable « désirabilité perçue » détermine selon Krueger (1993), le degré d'attrait qu'un individu perçoit pour un comportement entrepreneurial. Elle explique l'affection de cet individu pour l'action d'entreprendre. La « désirabilité perçue » traduit le degré avec lequel l'engagement dans une création d'entreprises est un comportement souhaitable par un individu (Shapero et Sokol, 1982).

La variable « désirabilité » de l'acte d'entreprendre du modèle de Shapero et Sokol (1982) regroupe les deux premières variables d'Ajzen (1991) à savoir : l'attitude personnelle et les normes subjectives, car toutes les deux ont un effet sur le désir d'agir (Ndoreraho, 2015).

En ce qui concerne la variable « faisabilité perçue » de l'acte, elle définit la perception de la facilité ou de la difficulté qu'un individu pense rencontrer lors du processus de création d'entreprise (Shapero et Sokol, 1982).

Elle peut aussi expliquer le degré de conviction de l'individu dans son comportement entrepreneurial (Krueger et *al.*, 2000). « Cette variable se rapproche de celle du contrôle comportemental perçu de la théorie d'Ajzen (1991) » (Ndoreraho, 2015).

Dans leur développement, Shapero et Sokol, (1982) estiment que la perception de la désirabilité et de la faisabilité seraient des produits du profil individuel (personnalité, prédisposition, sexe, etc.), mais aussi de l'environnement social et culturel. La famille, l'éducation, la disponibilité du support financier et social aussi bien que les valeurs culturelles exerceraient une influence sur la perception de caractère désirable et faisable de l'entrepreneuriat (Hout et Rosen, 1999 ; Blanchtlower et Oswald, 2007 ; Ndoreraho, 2015). Ces facteurs agissent indirectement sur l'intention d'entreprendre à travers la perception de la désirabilité et de la faisabilité (Shapero et Sokol, 1982).

A la suite de Shapero et Sokol (1982), ce modèle a été repris par Krueger (1993) qui s’aperçoit que la variable « déplacement » n’ajoute rien à la compréhension du modèle. Toutefois, cet auteur justifie l’idée de compléter une troisième variable : « la propension à agir » aux deux autres pour consolider le modèle. Dès lors, l'intention de créer une entreprise découle, non seulement, des perceptions de désirabilité, de faisabilité, mais aussi d'une propension à agir lorsque des occasions se présentent. Selon ce modèle, l'individu se décide à entreprendre en prenant en compte trois éléments : sa propre perception de l'attractivité du comportement entrepreneurial, sa propension à agir au regard de ses intentions et enfin, sa perception de la faisabilité du comportement en question (Fassa, 2014). D’où, la conception de la figure ci-dessous.

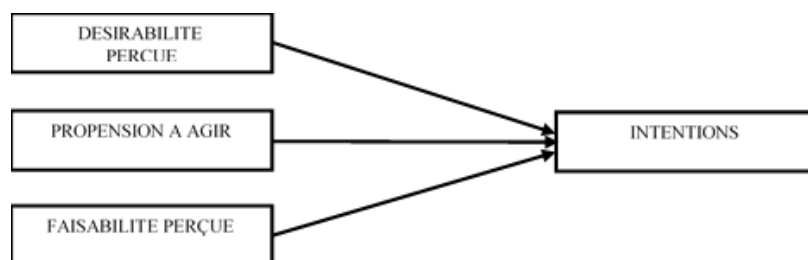


Figure 1 : Modèle modifié de Shapero et Sokol (1982) repris par Krueger et al. (2000).

Pour Tounés (2006), « la désirabilité désigne les facteurs sociaux et culturels qui influencent le système de valeurs de l'individu. Les expériences antérieures et les échecs dans les aventures entrepreneuriales affectent les perceptions de désirabilité ». La désirabilité se construit sur les perceptions des facteurs de soutien à la création tandis que la faisabilité est conditionnée par : la disponibilité des conseils, des moyens financiers, l'aide de l'entourage familial et les formations en entrepreneuriat (Tounés, 2006). Shapero et Sokol (1982) conceptualisent la « propension d'agir » comme la disposition personnelle de prendre soi-même des décisions (Fassa, 2014).

Dans le prolongement de Krueger (1993), plusieurs tentatives de vérifications empiriques de ce modèle ont été entreprises.

5. Revue de littérature

La recherche sur l'intention entrepreneuriale a connu ces deux dernières décennies une forte vitalité et s'étend des fondements théoriques aux travaux empiriques. Les résultats obtenus varient suivant la nature du modèle théorique, la spécification de la fonction de l'intention entrepreneuriale et les méthodes d'estimation considérées.

La plupart des auteurs assimilent l'intention comme un processus qui se révèle par les coutumes, les besoins, les habitudes, les sentiments, les jugements, les croyances, etc. de l'individu. L'intention structure et guide l'action (Krueger et *al.*, 2000 ; Krueger et Carsrud, 1993). Elle est, avant tout, une volonté personnelle, qui dépend aussi des variables contextuelles (Vesalainen et Pihkala, 1999).

En effet, l'intention de créer une entreprise est d'autant plus forte que la création est perçue comme une action désirable et faisable (Bachiri, 2016). Si pour Crant (1996), l'intention entrepreneuriale est basée sur « les jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise », Bird (1992) la considère comme « un état de pensée qui dirige l'attention (et par conséquent l'expérience et l'action) vers un objectif spécifique, la nouvelle organisation, et une façon de l'atteindre ». Dans cet ordre d'idées, Boissin et *al.* (2005) trouvent que l'intention de créer une entreprise serait dépendante de trois déterminants fondamentaux que sont : l'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'a l'individu en sa capacité à mener à bien le processus entrepreneurial.

S'inspirant de la théorie du comportement planifié et de la théorie de l'évènement entrepreneurial, Anaba Ehongo et Abé Bitha (2017) a étudié les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants des filières professionnelles au Cameroun. L'étude est basée sur une analyse factorielle exploratoire suivie d'une analyse confirmatoire effectuée à l'aide d'un modèle d'équations structurelles réalisé à partir d'un échantillon de 300 étudiants d'une école de commerce et d'une école d'ingénieurs. Les résultats obtenus ont montré que les variables « normes sociales » et « attitude entrepreneuriale créative » déterminent le comportement entrepreneurial des étudiants. Par contre, les variables « capacités entrepreneuriales » et « attitude de responsabilité » ne sont pas significatives sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Pour sa part et combinant aussi les deux théories de comportement planifié et de l'évènement entrepreneurial, Tchagang (2017), a révélé à partir d'une enquête effectuée sur un échantillon de 545 étudiants, que le désir d'agir et la faisabilité perçue sont les principaux déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais. Les résultats de cette étude ont également établi que le contexte universitaire a une influence marginale, tandis que la norme sociale et le concept de soi n'ont aucune influence. En plus, l'effet modérateur de la propension à l'action n'est pas vérifié, selon les mêmes résultats.

En outre, dans une étude sur la typologie des intentions entrepreneuriales des étudiants marocains, Elmaymouni et Ennesraoui (2020) ont utilisé comme supports théoriques le modèle du comportement planifié (Ajzen, 1991) et le modèle de Shapero et Sokol (1982). L'étude s'est reposée sur un échantillon de 1113 étudiants appartenant à différents établissements de l'Université Cadi Ayyad; et a permis, dans un premier temps, de

comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants. Elle a ensuite révélé « les groupes d'étudiants homogènes en termes de caractéristiques liées à l'esprit d'entreprise, à la désirabilité entrepreneuriale et à la capacité entrepreneuriale ».

Bachiri (2016) a tenté d'identifier les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université Marocaine. Il s'est appuyé sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) pour évaluer l'impact des programmes de formation en entrepreneuriat. Utilisant la méthode ANOVA, l'auteur trouve que la variable « attrait » est plus explicative de l'intention entrepreneuriale des étudiants. A cet effet, il suggère que l'Université Marocaine doit innover au niveau pédagogique et orienter l'enseignement vers la construction d'un projet professionnel cohérent fondé sur une logique entrepreneuriale. Par ailleurs, ces mêmes résultats prouvent que l'impact des normes subjectives ou sociales reste négligeable.

Koubaa et Sahib Eddine (2012) se sont intéressés à l'analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc. L'étude s'est basée sur la théorie de la psychologie sociale, avec toile de fond, la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Sokol et Shapero 1982). La démarche méthodologique empruntée s'est appuyée sur la méthode des équations structurelles qui permettent d'analyser les différentes relations causales du modèle conceptuel. L'approche *Partial Least Square* (PLS) est mise à contribution en lieu et place de l'approche *Covariance Based Structural Equation Modeling* (CBSEM). « Les résultats montrent que le modèle de l'intention est validé dans le contexte étudiant marocain avec une variance de 45% et des relations hypothétiques significatives entre les différentes variables du modèle : une analyse PLS de la méthode des équations structurelles ».

A l'issue de cette brève revue, la conclusion se tire aisément que les résultats sont riches d'enseignements quoique la démarche méthodologique empruntée varie d'un auteur à un autre ; ce qui naturellement nous inspire à adopter la nôtre.

6. Démarche méthodologique

La démarche méthodologique adoptée dans le cadre de cette recherche s'est intéressée notamment à la spécification du modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale des étudiants et la description de l'échantillon ayant servi de support pour les enquêtes dont les résultats ont été dépouillés et analysés.

L'étude s'est appuyée sur une enquête auprès des étudiants de premier cycle universitaire. L'échantillon est composé de 50% d'étudiants par spécialité, soit un total de 160 étudiants (annexe 1). Ceux-ci sont en licence 3, c'est-à-dire à quelques semaines de leur sortie, donc en voie d'envisager une carrière. Ils ont tous suivi les cours d'entrepreneuriat donnés durant les trois ans de formation.

L'outil de collecte d'information choisi pour conduire cette recherche est le questionnaire (annexe 2), administré dans un amphithéâtre, à la fin d'un cours de tronc commun. Des échelles de likert à 7 positions (allant de -3 jusqu'à 3) ont été mises à contribution pour évaluer la désirabilité perçue, la propension à agir, la faisabilité perçue et l'intention entrepreneuriale des étudiants.

A la lumière de Fassa (2014), la perception de l'attractivité du comportement entrepreneurial, la propension à agir au regard de ses intentions et la perception de la faisabilité du comportement entrepreneurial constituent les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants de l'IUT de l'Université de Parakou. A cet effet, nous inspirant de Bachiri (2016), nous avons adopté respectivement 5, 4 et 14 items pour les facteurs « durabilité perçue », « propension à agir » et « faisabilité perçue ».

6.1. La désirabilité perçue (norme sociale) : entourage ou société

Ce facteur se réfère à l'entourage social de l'individu (famille, amis,...) et l'opinion que chaque groupe aurait concernant son engagement dans la création d'entreprise (Boissin et al. 2009). En référence au modèle du comportement planifié (Ajzen, 1991), certains auteurs (Krueger et al 2000, Boissin 2009) utilisent le concept de norme sociale. On a les items suivant.

- Réaction des membres de vos familles (maternelle et paternelle) si vous décidez de créer une Entreprise
- Réaction de vos amis si vous décidez de créer une Entreprise
- Réaction de vos collègues universitaires si vous décidez de créer une Entreprise
- Réaction de vos voisins du quartier si vous décidez de créer une Entreprise
- Réaction d'autres personnes importantes pour vous si vous décidez de créer une Entreprise

6.2. La propension à agir (l'attitude à l'égard du comportement) : attrait

Elle indique le degré d'attractivité du comportement entrepreneurial. C'est l'attitude de l'étudiant envers la création d'entreprise. Pour la mesure de cette variable il suffit de donner réponses aux items suivants.

- Je préfère être entrepreneur
- Je gagnerais beaucoup plus en étant entrepreneur
- Ma carrière envisagée, c'est d'être entrepreneur
- Je crée mon entreprise après mes études.

6.3. La perception de la faisabilité (contrôle comportemental perçu) : capacité

La faisabilité perçue évalue les perceptions individuelles en ce qui concerne la capacité de l'étudiant à créer et démarrer son entreprise. Il définit la capacité perçue par l'étudiant pour mettre en œuvre l'acte de création d'entreprise (Koubaa et Shide Eddine, 2012). Certains auteurs utilisent la notion de contrôle comportemental perçu (Ajzen 1991, Krueger et al 2000) ou encore d'efficacité personnelle perçue (Bandura 1977, 1982, 1994). La faisabilité renvoie à la perception qu'un l'étudiant a de sa capacité personnelle à créer son entreprise. Il implique dans le cas d'espèce les items suivants.

- Je peux rédiger mon plan d'affaires
- J'ai la capacité de réussir mon entreprise
- J'ai un niveau satisfaisant de mises en œuvre d'idées pour devenir entrepreneur
- J'ai un niveau satisfaisant de reconnaissances d'opportunités pour créer mon entreprise

- J’ai un niveau satisfaisant de capacités à résoudre les difficultés de l’entreprise
- J’ai un niveau satisfaisant des capacités de créativité pour devenir entrepreneur
- Je maîtrise les procédures de création d’une entreprise
- Je sais comment réaliser un projet d’entreprise
- J’ai une connaissance des détails pratiques nécessaires pour créer une entreprise
- Je maîtrise le réseautage et les contacts professionnels nécessaires à la création de mon entreprise
- Je peux facilement démarrer une entreprise et la faire fonctionner
- J’ai un niveau satisfaisant de développement de nouveaux produits pour devenir entrepreneur
- J’ai un niveau satisfaisant de leadership et communication pour créer mon entreprise et la gérer
- J’ai la capacité de faire réussir mon entreprise.

6.4. L’intention entrepreneuriale

Pour mesurer l’intention de créer une entreprise nous avons retenus deux items proposés par Kolvereid (1996). Le seul item retenu est le suivant :

A l’issue de vos études, envisagez-vous de créer votre entreprise ou de devenir employé ? (-3 = être employé ; 3 = créer votre entreprise).

Les valeurs obtenues comme réponses à cette question ont été transformées en une échelle binaire (0 et 1). Ainsi toute valeur inférieure ou égale à « zéro » a été remplacée par la valeur « zéro » (pas d’intention) et toute valeur supérieure à « zéro » a été remplacée par la valeur « un » (il y a intention).

7. Résultats et commentaires

Pour mesurer le poids du facteur « propension à agir » ainsi que ceux des autres facteurs (désirabilité perçue et faisabilités perçue), nous avons fait recours à la régression logistique binaire. Les analyses statistiques et économétriques ont été effectuées à l’aide des logiciels appropriés (annexe 3). Ainsi, la variable à expliquer est l’intention entrepreneuriale et les variables explicatives sont respectivement : l’entourage ou la société (désirabilité perçue), l’attrait ou l’attitude (la propension à l’action : l’attitude à l’égard de la création d’entreprise) et la capacité ou l’aptitude (la faisabilité perçue). Les résultats obtenus sont ainsi consignés dans le tableau 1.

Tableau 1 : Régression logistique de l'intention entrepreneuriale

Variabiles	Estimateur	Ecart-type	Prob.
Désirabilité perçue	0,6265	0,1390	0,0001
Propension à l'action	0,03512	0,0186	0,0037
Faisabilité perçue	0,7043	0,1572	0,0001
Constante	-0.4120	0.3176	0,2203

$R^2 = 0,863311$; R^2 ajusté = 0,833596 ; n = 160

Ces résultats nous indiquent d'abord que le modèle est globalement bien spécifié avec un pouvoir explicatif assez important, traduit par $R^2 = 0,86$. Ils confirment alors la validité de la théorie de l'évènement entrepreneurial dans l'explication de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'IUT /UP.

Ensuite, toutes les variables retenues dans le modèle sont significatives à 5% et sont conformes aux signes attendus. Aussi bien « la désirabilité perçue », « la propension à l'action » que « la faisabilité perçue » influencent positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'IUT/UP. Cependant, cette influence se manifeste à degré divers. En effet dans les faits, l'intention entrepreneuriale des étudiants est plus affectée par leur désirabilité et leur faisabilité que leur propension à agir.

Eu égard à son poids dans l'expression de l'intention entrepreneuriale des étudiants, le facteur « désirabilité perçue » nous renseigne que les étudiants sont très encouragés par leur entourage à se lancer dans une aventure entrepreneuriale. Ceci dénote de la nature des relations solidaires et interdépendantes qui, de tradition, caractérisent les sociétés africaines, notamment les familles béninoises où la sensibilité aux difficultés d'un membre est manifeste. L'on sait et considère, avec un sens de partage légendaire et traditionnel, qu'aussi bien les difficultés que le revenu d'un tiers (voisin) appartiennent et affectent plus ou moins les membres de sa communauté. Il est donc, d'une évidence qu'un étudiant perçu comme un futur « diplômé sans emploi » soit encouragé à se mettre à son propre compte pour éviter le chômage chronique, source d'un poids supplémentaire à supporter par la communauté. Par ricochet, lorsque ce dernier « gagne sa vie », c'est toute la communauté qui se trouve impactée d'une manière ou d'une autre.

Entre autres résultats, le facteur « faisabilité perçue » a également un poids relativement important dans la décision de l'étudiant d'entreprendre. Ceci traduit la capacité de l'étudiant à se lancer dans les affaires. L'adéquation des certains enseignements au formatage entrepreneurial des étudiants serait à la base de cet état de chose. En effet, il est important de souligner qu'à l'IUT, au-delà des cours sur l'entrepreneuriat, des modules de formation sont également enseignés pour accompagner l'étudiant dans la vie active, qu'il soit entrepreneur ou employé. Il s'agit notamment des modules dont les contenus couvent les thèmes ayant rapport avec le leadership, la liberté financière, l'art de bien vendre, la réussite, etc. Sans paraître aussi « essentiels » que les cours spécifiquement propres à l'entrepreneuriat, ces modules accompagnent et forgent la capacité de l'étudiant à l'exercice du business.

En revanche, le coefficient relativement faible de la variable « propension à agir » nous amène à comprendre que les étudiants formés à l'IUT/UP ont un faible degré

d’attractivité entrepreneuriale quoique l’entourage leur est favorable et qu’ils réunissent les conditions capacitaires pour y arriver. En effet, cette attitude peu favorable à l’entrepreneuriat que développent ces étudiants expliquerait sans nul doute, leur blocage à aller à l’action. Ils bénéficient de la caution communautaire et ont le savoir requis pour se lancer dans l’entrepreneuriat.

Cependant, l’attrait à l’entrepreneuriat reste une barrière, voire l’obstacle à franchir. Il s’agit d’un problème de mentalité, de manque de confiance en soi. Pour la plupart, ces étudiants auraient préféré l’emploi au business afin de minimiser les risques d’insuccès dans la vie active. Quand bien même, les conditions semblent être réunies pour une aventure entrepreneuriale, ces étudiants ont une grande aversion pour le risque. Cette situation malencontreuse interpelle l’Institut qui doit revoir son programme de formation en entrepreneuriat. A ce titre, il doit apporter d’innovation, de nouveautés au programme existant ou, au besoin, réviser la formation et l’orienter vers un « réarmement mental » des étudiants. A cet effet au-delà des travaux dirigés auxquels ils sont habitués, le programme pourrait être *dosé* par des cours de « développement personnel », par des travaux pratiques et des simulations. Au besoin, ils peuvent être aidés à faire une esquisse de création d’entreprise avant leur départ de l’université pour la vie active. Cette démarche s’inscrit dans une stratégie d’insertion professionnelle des étudiants dans une dynamique de les stimuler et de les inciter à s’engager tôt dans le processus de création entrepreneuriale. Ces mesures mises en pratique boosteront à coup sûr leur mental à entreprendre. Il n’empêche, toutefois qu’au-delà de cette pratique, la mission originelle d’enseignement et de recherche de l’Université soit préservée et respectée.

8. Conclusion

Quoique n’étant pas un concept nouveau, l’entrepreneuriat suscite aujourd’hui beaucoup d’engouement au Bénin où son enseignement est devenu transversal, dynamique voire indispensable. Dans les universités béninoises, la formation à l’entrepreneuriat semble être assimilée à un précieux outil de création d’emplois et un levier important pour faire face au récurrent problème de chômage. C’est ce qui sans doute y justifie le regain d’intérêt observé dans l’implémentation des centres et programmes de formation en entrepreneuriat. C’est l’enjeu de cette étude qui s’est appuyée sur la théorie de l’évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) en estimant une régression logistique binaire pour expliquer l’intention entrepreneuriale des étudiants de l’IUT de l’Université de Parakou.

Les résultats obtenus montrent que si ces étudiants sont encouragés par leur entourage et ont l’aptitude ou la capacité requise pour aller à l’entrepreneuriat, un faible attrait caractérise leur comportement. A cet effet, l’Administration de l’IUT est appelée à revoir son programme de formation en introduisant des modules professionnels cohérents fondés sur une logique d’incitation à l’entrepreneuriat. Voulus pragmatiques, ces modules doivent mettre en valeur les caractéristiques intrinsèques de l’étudiant et stimuler son désir d’entreprendre et de prendre des risques. Les résultats de cette étude recourent, en partie, avec ceux de Bachiri (2016) qui estiment que la variable « attitude à l’égard du comportement (attrait) » est faible chez les étudiants marocains.

En outre comme limite principale de cette recherche, on note le fait de l'avoir restreinte à une seule Unité de Formation et de Recherche (UFR) de l'Université de Parakou qu'est l'IUT. Elle pourrait gagner en approfondissement, si elle avait pris en compte toute l'Université, confrontée de nos jours à un véritable problème d'insertion professionnelle des étudiants après leur formation académique. Malgré cette insuffisance, qui n'affecte nullement les résultats observés, cette étude a eu le mérite d'aboutir à des conclusions très utiles pour la communauté universitaire. Elle s'ouvre par ailleurs sur des nouvelles pistes de recherche dont, par exemple, « les facteurs explicatifs du défaut de confiance à s'engager dans l'entrepreneuriat des étudiants ».

9. Références bibliographiques

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioural control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32(4), 665-683.
- Anaba Ehongo, E. N. et Abé Bitha, M. M : (2017). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants des filières professionnelles au Cameroun Moroccan *Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management (MJEIM)* ISSN : 2509-0429 Volume 4, numéro 2
- Bachiri, M. (2016). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine ? *Revue Management et Avenir*, n° 89, Novembre 2016
- Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention, *Academy of Management Review*, 13 (3), pp442-53. *Les Cahiers du Cread*, vol. 33 - n° 121 - 2017 76
- Blanchtlower, D. G. et Oswald, A. J. (2007). What makes a young entrepreneur? *IZA Discussion Paper*, 31-39.
- Boissin, J-P., Chollet, B., et Emin, S. (2005) : Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat - Eléments d'analyse pour l'action, *Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique*, 5-8 juin, Angers, France.
- Boissin, J.P., Chollet, B., Emin, S. (2005). Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état de lieux - *Revue Française de Gestion*, vol. 34, n°180, p.25-43.
- Chiraz, F. et Nouri, C. (2014). Entrepreneuriat et croissance économique : effet du capital social, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Sfax, Tunisie, *International Journal of Innovation and Applied Studies*, pp. 677-690.
- Crant, J. M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Small Business Management*, vol. 34, n° 3, pp. 42-49.

- Dieng, S. A. (2000). Epargne, crédit et migration: le comportement financier des migrants maliens et sénégalais en France », *Thèse de doctorat en Sciences économiques - Université Lumière Lyon 2 France*.
- Elmaymouni, M. et Ennesraoui, D. (2020). « Typologie des intentions entrepreneuriales des étudiants marocains », *African Scientific Journal*, Volume 3, Numéro 3, pp : 70-98.
- Emin, S. (2003). *La création d'entreprise : une perspective attractive ? Revue Finance Contrôle Stratégie*, vol. 9, n°3, septembre, 39-65.
- Fassa, Y (2014). Le rôle médiateur de l'auto-efficacité entre la formation et l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires. *Mémoire de Maîtrise en Administration des Affaires – Université du Québec à Trois-Rivières*
- Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: behavioural performing or intention increasing? *Int.J. Entrepreneurship and Small Business* 2(1), 89-98.
- Fayolle, A., Gailly, B., et Lassas-Clerc, N. (2006). Mesure de l'effet à court terme et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des participants : importance des conditions initiales. *Actes du 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, Suisse.
- Harbi, S., et Mansour, N. (2008). La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) : Application empirique au cas tunisien. *Actes du CIFEPME*.
- Hout, M. et Rosen, H. S. (1999). Self-employment, family background and race. *Working paper*. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w7344>.
- Kolvereid, I. (1996). Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 47-56.
- Kolvereid, L., et Isaksen, E. (2006): New business start-up and subsequent entry into selfemployment. *Journal of Business Venturing* 21, 866-885.
- Koubaa et Sahib Eddine (2012). L'intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc : une analyse PLS de la méthode des équations structurelles- *CIFEPME*
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and Desirability, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, p.5 – 21.
- Krueger, N.F., et Carsrud, A.L. (1993). Entrepreneurial intentions : applying the theory of planned behavior, *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, p. 315 – 330.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., et Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurship intentions. *Journal of Business Venturing* 15, 411-432.
- Leger-Jarniou, C. (2008). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes. Théorie (s) et pratique (s). *Paris Dauphine University*

- Ndoreraho U. M. (2015). La relation entre la motivation à l'égard de la carrière entrepreneuriale des étudiants universitaires et leur intention d'entreprendre. *Mémoire de Maîtrise en Administration des Affaires* – Université du Québec à Trois-Rivières
- Shapero A. : The displaced uncomfortable entrepreneur. - *Psychology Today*, 1975, p. 83-88 et p.133.
- Shapero, A. et Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 72-90.
- Souitaris, V., Zerbinati, S. et AL-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship raises entrepreneurial intentions of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing* 22(4), 566-591.
- Tchagang Emmanuel (2017) : Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais *Management & Sciences Sociales N° 22 Janvier-Juin 2017. Mieux-être au travail : repenser le management et l'émergence de la personne* pp 172 – 190
- Tounès, A. (2003). Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale. *Actes des VIIèmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'A.U.F.*
- Vesalainen J., Pihkala T., (1999). Motivation structure and entrepreneurial intentions - *Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College,*

10. Annexes

Annexe 1 : Répartition des étudiants par filière

Filière	GB	GC	GE	GRH	GTL	IG	Total
Effectif	52	50	62	40	46	70	320
Pourcentage	16,25%	15,63%	19,37%	12,50%	14,37%	21,88%	100%
Echantillon	26	25	31	20	23	35	160

GB : Gestion des Banque ; **GC** : Gestion Commerciale ; **GE** : Gestion des Entreprises ; **GRH** : Gestion des Ressources Humaines ; **GTL** : Gestion des Transports et Logistique ; **IG** : Informatique de Gestion.

Annexe 2 : Questionnaire**Identité:****Spécialité:****Sexe:**

Variables/items	-3	-2	-1	0	1	2	3
Désirabilité perçue							
Réaction des membres de vos familles (maternelle et paternelle) si vous décidez de créer une Entreprise							
Réaction de vos amis si vous décidez de créer une Entreprise							
Réaction de vos collègues universitaires si vous décidez de créer une Entreprise							
Réaction de vos voisins du quartier si vous décidez de créer une Entreprise							
Réaction d'autres personnes importantes pour vous si vous décidez de créer une Entreprise							
Propension à agir							
Je préfère être entrepreneur							
Je gagnerais beaucoup plus en étant entrepreneur							
Ma carrière envisagée, c'est d'être entrepreneur							
Je crée mon entreprise après mes études							
Faisabilité perçue							
Je peux rédiger mon plan d'affaires							
J'ai la capacité de réussir mon entreprise							
J'ai un niveau satisfaisant de mises en œuvre d'idées pour devenir entrepreneur							
J'ai un niveau satisfaisant de reconnaissances d'opportunités pour créer mon entreprise							
J'ai un niveau satisfaisant de capacités à résoudre les difficultés de l'entreprise							
J'ai un niveau satisfaisant des capacités de créativité pour devenir entrepreneur ?							
Je maîtrise les procédures de création d'une entreprise							
Je sais comment réaliser un projet d'entreprise							

Variables/items	-3	-2	-1	0	1	2	3
J'ai une connaissance des détails pratiques nécessaires pour créer une entreprise							
Je maîtrise le réseautage et les contacts professionnels nécessaires à la création de mon entreprise							
Je peux facilement démarrer une entreprise et la faire fonctionner							
J'ai un niveau satisfaisant de développement de nouveaux produits pour devenir entrepreneur							
J'ai un niveau satisfaisant de leadership et communication pour créer mon entreprise et la gérer							
J'ai la capacité de faire réussir mon entreprise							
Intention entrepreneuriale							
A l'issue de vos études, envisagez-vous créer votre entreprise ou devenir employé							

-3 : pas d'accord ; -2 : très défavorable ; -1 : défavorable ; 0 : indifférent ; 1 : favorable ; 2 : très favorable ; 3 : d'accord.

Annexe 3 : Spécifications économétriques

The LOGISTIC Procedure
Model Information

Response Variable	Intention en/iale	
Number of Response Levels	1	
Number of Observations	160	
Model	binary logit	
Optimization Technique	Fisher's scoring	

Response Profile		
Ordered value	intention en/iale	Total Frequency
1	1	130
2	0	30
Probability model is intentional		

Model Convergence Status
Convergence criterion (GCONV=1E-8) satisfied.

Model Fit Statistics

Criterion	Intercept only	Intercept and covariates
AIC	321.821	239.159
SC	325.621	254.375
-2 Log L	319.823	231.159

R-Square 0,863311 Max-rescaled R-Square 0,833596

Testing Global Null Hypothesis: BETA=0

Test	Chi-square	DF	Pr >Chi sq
Likelihood Ratio	86.4423	3	< .0001
Score	91.1706	3	< .0001
wald	55.4563	3	< .0001

Analysis of Maximum Likelihood Estimates

Parameter	DF	Estimate	Standard Error	Wald Chi-square	Pr > Chi Sq
Intercept	1	-0.4120	0.3176	1.3489	0,2203
desirabilite	1	0.6265	0.1390	22.8871	<.0001
propension	1	0.03512	0.0186	7.2723	0.0037
faisabilite	1	0.7043	0.1572	20.4137	<.0001