

# Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens : développement d'un cadre d'analyse

**Boussoura, Ezzeddine**

**IPAG Business School**

[e.boussoura@ipag.fr](mailto:e.boussoura@ipag.fr)

**Drine, Rhouma**

**IUT de Laval**

[Rhouma.drine@univ-lemans.fr](mailto:Rhouma.drine@univ-lemans.fr)

## Résumé :

---

Ce travail de recherche se propose de construire un cadre d'analyse des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Ce cadre constitue une relecture des travaux antérieurs, où les contours et les périmètres de chacune des dimensions seront redéfinis. Notre méthodologie repose sur une enquête conduite auprès d'étudiants tunisiens en phase terminale de leurs cursus universitaires. Les résultats confirment l'impact des déterminants liés au comportement, tels que l'attitude envers l'entrepreneuriat et les normes subjectives, ainsi que l'influence des déterminants associés à la compétence, notamment l'auto-efficacité entrepreneuriale, l'enseignement de l'entrepreneuriat et les expériences professionnelles. Ces éléments de résultats offrent des insights pertinents pour orienter les politiques publiques en identifiant des leviers d'action susceptibles de stimuler l'esprit entrepreneurial des jeunes diplômés.

**Mots-clés :** Intention entrepreneuriale des étudiants, déterminants associés au comportement, déterminants associés à la compétence

---

# **Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens : développement d'un cadre d'analyse**

## **INTRODUCTION**

L'entrepreneuriat constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour plusieurs pays. Elle représente un levier de création de richesse et d'emploi, mais aussi un facteur d'innovation (Birch, 2000 ; De Wit et de Kok, 2014). Les gouvernements recherchent en permanence des mécanismes afin de promouvoir la dynamique entrepreneuriale (Koe, 2016) et d'identifier les leviers d'incitation à la création d'entreprise.

L'intention entrepreneuriale, souvent considérée comme le prélude à l'action entrepreneuriale effective, a suscité un intérêt croissant dans le domaine de l'entrepreneuriat et des sciences sociales. L'émergence d'une nouvelle entreprise repose souvent sur la volonté et la détermination d'individus à entreprendre des actions concrètes pour donner vie à leurs idées. Dans ce contexte, l'intention entrepreneuriale devient un indicateur clé pour comprendre le processus de création d'entreprise et les facteurs qui le sous-tendent (Moreau et Raveleau, 2006 ; Wahidi, 2017).

Ce champ de recherche a commencé à acquérir toute sa légitimité à partir des années 80 avec l'avènement du modèle fondateur de Ajzen (1991). A partir des années 2000, les chercheurs se sont penchés vers l'étude de l'intention entrepreneuriale des étudiants en cherchant à comprendre ses facteurs saillants (Boissin, et al., 2005 ; Boissin et Emin, 2006 ; Boissin, et al., 2008). L'étude de l'intention entrepreneuriale des étudiants se justifie par la place centrale qu'elle occupe dans les discussions sur le dynamisme des économies contemporaines. Comprendre les facteurs qui sous-tendent cette intention chez les étudiants revêt une importance particulière, car elle peut non seulement influencer leurs parcours académiques et professionnels, mais également impacter le tissu entrepreneurial de la société.

Cette recherche s'attache à explorer les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Elle vise à comprendre les déterminants qui influent sur la propension des étudiants à embrasser l'entrepreneuriat. Nous avons à cet effet développé un cadre d'analyse qui met en avant l'importance non seulement des facteurs liés au comportement mais aussi le poids des facteurs liés à la compétence entrepreneuriale. Notre modèle constitue une relecture des travaux antérieurs selon une approche simplifiée, où les contours et les périmètres de chacune des dimensions seront revisités.

Ce travail de recherche se décline en quatre parties. Dans une première partie, nous mettrons en perspective les approches aussi bien théoriques que conceptuelles de l'intention entrepreneuriale. Dans une deuxième partie, il sera question de dresser notre cadre d'analyse des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale et de justifier ses dimensions et son articulation. Dans une troisième partie, nous justifierons les choix méthodologiques opérés afin de tester notre cadre d'analyse. Dans une quatrième partie, nous présenterons les résultats de l'investigation empirique et les discutons à la lumière des travaux antérieurs afin de prendre part au débat autour de l'intention entrepreneuriale des étudiants.

## **1. INTENTION ENTREPRENEURIALE : MISE EN PERSPECTIVE THEORIQUE ET CONCEPTUELLE**

### **1.1. ÉLÉMENTS DE DEFINITION DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE**

L'intention entrepreneuriale est souvent étudiée à travers plusieurs cadres théoriques qui expliquent les motivations, les processus cognitifs et les déterminants qui sous-tendent cette intention. Le concept trouve ses origines dans la psychologie sociale, en particulier dans la théorie de l'action raisonnée développée par Fishbein et Ajzen (1975), qui a été revisitée plus tard par la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). Cette théorie vise à expliquer et à prédire les comportements humains en se concentrant sur l'intention comme prédicteur direct du comportement. Elle a été largement mobilisée pour comprendre divers comportements humains, y compris l'intention entrepreneuriale.

Le concept de l'intention entrepreneuriale a fait l'objet de plusieurs tentatives de définitions, mais qui se révèlent être relativement hétéroclites. L'examen des définitions avancées invite à les répertorier selon deux grandes approches théoriques. La première approche est centrée sur la finalité de l'intention entrepreneuriale où le focus est mis sur la volonté de s'engager dans des activités entrepreneuriales. La deuxième approche situe l'intention entrepreneuriale dans une optique processuelle et souligne son caractère dynamique en tant qu'orientation vers des actions futures plutôt que simplement comme une intention statique.

**Tableau 1. Grille de lecture des définitions de l'intention entrepreneuriale**

Catégorie d'approche	Auteurs	Définitions associées
Approche centrée sur la finalité  <i>Elle met le focus sur la notion de volonté, de disposition ou de ferme intention de s'engager dans des activités entrepreneuriales</i>	Shapero et Sokol (1982)	L'intention entrepreneuriale désigne l'expression d'une volonté de se comporter en tant qu'entrepreneur.
	Bird (1988)	L'intention entrepreneuriale représente une ferme intention d'entreprendre une nouvelle entreprise.
	Katz et Gartner (1988)	L'intention entrepreneuriale serait la recherche d'information permettant d'atteindre l'objectif de création d'entreprise.
	Ajzen (1991)	L'intention entrepreneuriale implique la disposition consciente et délibérée à engager un comportement entrepreneurial.
	Krueger (1993)	L'intention entrepreneuriale désigne l'intention de démarrer une nouvelle entreprise ou d'exploiter une entreprise existante de manière à étendre ses activités.
	Delanoë et Brulhart (2011)	L'intention entrepreneuriale renvoie à la volonté de devenir entrepreneur, où une certaine priorité est accordée à cette volonté.
Approche axée sur le processus  <i>Elle met l'accent sur la nature dynamique et évolutive de la volonté d'entreprendre</i>	Tkachev et Kolvereid (1999)	L'intention entrepreneuriale met en avant le plan de commencer une nouvelle entreprise ou d'élargir une entreprise existante.
	Tounès (2003)	L'intention entrepreneuriale constitue une phase qui se situe en amont du processus entrepreneurial et se nourrit de façon continue par les formations et les expériences.
	Moreau et Raveleau (2024)	L'intention est un état de pensée en mouvement qui s'étire sur un laps de temps relativement long et qui peut connaître des fluctuations d'intensité.
	Liñán et Chen (2009)	L'intention entrepreneuriale désigne une forte intention d'auto-emploi et constitue la première phase du processus de création d'entreprise.
	Kautonen et al. (2013)	L'intention entrepreneuriale serait une volonté planifiée d'entreprendre.
	Fayolle et Gailly (2015)	L'intention entrepreneuriale traduit la volonté de devenir entrepreneur, résultant d'une évaluation des opportunités et de la capacité à les exploiter.

## **1.2. VUE D'ENSEMBLE SUR LES MODELES EXPLICATIFS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE**

L'étude des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale a fait l'objet d'une littérature foisonnante. Les travaux se sont succédé à un rythme soutenu depuis les années 80. Ils ont cherché à expliquer et à prédire l'intention entrepreneuriale en se basant sur différents facteurs et approches conceptuelles.

Les premières tentatives de modélisation de l'intention entrepreneuriale sont rendues possibles grâce au modèle de Shapero et Sokol (1982) qui se fonde sur la notion d'événement entrepreneurial. Le modèle tente de décrire le processus par lequel une personne devient entrepreneur et explique comment les événements de vie peuvent influencer la formation de l'intention entrepreneuriale. Les événements de vie peuvent être des expériences personnelles, des interactions sociales, des opportunités perçues, ou des situations externes qui changent les circonstances de vie d'une personne.

Les travaux de Shapero et Sokol (1982) a été repris et revisités par Ajzen (1991). L'auteur mobilise la théorie du comportement planifié afin de comprendre la formation de l'intention entrepreneuriale. Il cherche à comprendre comment ces facteurs influencent l'intention des individus à devenir entrepreneur et comment cette intention peut se traduire en comportements concrets liés à la création d'entreprise. Le modèle conçu par Ajzen (1991) comprend trois dimensions principales de l'intention entrepreneuriale. La première dimension renvoie aux attitudes associées au comportement et se réfère à l'évaluation subjective et générale qu'une personne fait de l'activité entrepreneuriale. La deuxième dimension met en avant les normes subjectives qui traduisent la pression sociale subie par l'individu. Elles font référence aux attentes, aux croyances et aux comportements considérés comme appropriés ou acceptables dans une société. La troisième et dernière dimension renvoie aux perceptions du contrôle comportemental. Cette variable constitue l'apport majeur de la théorie du comportement planifié et montre l'importance pour l'entrepreneur de maîtriser les aptitudes et de disposer des ressources nécessaires pour concrétiser son comportement entrepreneurial.

En somme, les dimensions des modèles de Shapero et Sokol (1982) et de Ajzen (1991) ont été reprises et revisitées, selon des logiques théoriques diverses, par la majorité des études ultérieures. Le tableau 2 dresse une vue d'ensemble sur les différents travaux explicatifs de l'intention entrepreneuriale, que nous avons répertoriés selon qu'ils se fondent sur la théorie de l'événement entrepreneurial ou la théorie de comportement planifié.

**Tableau 2. Aperçu sur les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale mobilisés dans les travaux antérieurs**

<b>Catégorie des travaux</b>	<b>Logique sous-jacente</b>	<b>Auteur(s)</b>	<b>Facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale identifiés</b>
Travaux axés sur la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)	Ces travaux mettent l'accent sur comment les événements de vie peuvent influencer la formation de l'intention entrepreneuriale.	Krueger et al. (2000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Événements de vie</li> <li>- Attitude envers l'entrepreneuriat</li> <li>- Normes sociales</li> <li>- Contrôle comportemental perçu</li> </ul>
		Carsrud et Brännback (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Événements déclencheurs</li> <li>- Facteurs internes : traits personnels, expérience antérieure</li> <li>- Facteurs externes : influences environnementales, réseaux sociaux</li> </ul>
Travaux fondés sur la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991)	Ces travaux mettent en avant les mécanismes psychologiques sous-jacents à la décision d'entreprendre, en particulier, les attitudes, les normes sociales et la perception du contrôle comportemental	Tounès (2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attitude envers le comportement</li> <li>- Normes subjectives</li> <li>- La perception du contrôle comportemental</li> </ul>
		Linan et Chen (2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attitude envers l'entrepreneuriat</li> <li>- Perception du contrôle comportemental</li> <li>- Normes sociales</li> </ul>
		Delanoë et Brulhart (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attitude envers le comportement</li> <li>- Normes subjectives</li> <li>- Auto-efficacité entrepreneuriale</li> </ul>
		Kautonen et al. (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perception du contrôle comportemental</li> <li>- Attitudes envers l'entrepreneuriat</li> <li>- Normes sociales</li> </ul>
		Shirokova, et al. (2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auto-efficacité</li> <li>- Compétences entrepreneuriales</li> <li>- Contrôle comportemental perçu</li> <li>- Enseignement de l'entrepreneuriat</li> </ul>
		Mahlaole et Malebana (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attitude envers l'entrepreneuriat</li> <li>- Normes sociales</li> <li>- Contrôle comportemental perçu</li> </ul>
		Su et al. (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perception du contrôle comportemental</li> <li>- Attitudes envers l'entrepreneuriat</li> <li>- Normes sociales</li> </ul>

## **2. DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS EN PHASE DE GRADUATION : DEVELOPPEMENT D'UN CADRE D'ANALYSE**

Afin de comprendre en profondeur la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants en phase terminale de leur cursus universitaire, nous nous sommes fondés sur les apports des travaux antérieurs, en particulier ceux de Tounès (2003) et de Delanoë et Brulhart (2011) qui reprennent eux-mêmes les modèles fondateurs de Shapero et Sokol (1982) et de Ajzen (1991). Notre cadre d'analyse décline les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale en deux dimensions, savoir les déterminants liés au comportement et les déterminants liés à la compétence. La première dimension intègre les facteurs liés au comportement et attitude. Elle traduit les perceptions individuelles des conséquences de l'adoption d'un comportement entrepreneurial. Il s'agit de l'évaluation individuelle des conséquences positives ou négatives de l'entrepreneuriat et de ses risques. Cette attitude intègre également la perception de la pression sociale ou des attentes des autres concernant le comportement entrepreneurial. Cette dimension reprend les deux composantes du modèle de Ajzen (1991), à savoir, l'attitude envers le comportement et les normes subjectives. La deuxième dimension comprend les facteurs liés à la compétence entrepreneuriale perçue. Elle renvoie à l'évaluation de la capacité personnelle à démarrer une entreprise, mais aussi les connaissances et expériences dans le domaine de l'entrepreneuriat. Cette dimension n'est autre que le contrôle comportemental perçu relevant du modèle d'Ajzen (1991). Le tableau 3 fournit une vue d'ensemble sur la configuration des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale ainsi que leurs justifications et fondements théoriques.

**Tableau 3. Cadre d'analyse des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale**

Catégorie	Déterminants associés		Justification théorique	Auteurs de référence
Déterminants associés au comportement et attitude	Attitude envers la démarche entrepreneuriale	Attitude envers l'entrepreneuriat	Elle fait référence aux évaluations subjectives, opinions et sentiments qu'une personne a vis-à-vis de l'entrepreneuriat en tant que carrière ou choix professionnel.	Krueger, et al., (2000), Tounès, (2003), Boissin, et al., (2007) et Delanoë et Brulhart (2011), Shirokova, et al. (2016)
		Propension au risque	Elle désigne la volonté ou la disposition des individus à prendre des risques dans le cadre de la création d'une entreprise	Tounès (2003), Kautonen et al. (2013)
	Perception des attentes sociales (Normes subjectives)	Encouragements de l'entourage	Elles renvoient à la perception de la pression sociale ou des attentes des autres concernant le comportement entrepreneurial.	Tounès (2003), Delanoë et Brulhart (2011), Linan et Chen (2009)
Déterminants associés à la compétence perçue	Auto-efficacité entrepreneuriale	Auto-efficacité entrepreneuriale administrative	Elle désigne la croyance qu'une personne a en ses propres capacités à accomplir efficacement des tâches ou des activités dans le domaine de l'administration.	Delanoë et Brulhart (2011), Shirokova, et al. (2016)
		Auto-efficacité entrepreneuriale stratégique	Elle se réfère à la croyance d'une personne en ses capacités à planifier, à mettre en œuvre et à gérer des stratégies pour atteindre des objectifs spécifiques dans un contexte entrepreneurial.	
		Auto-efficacité entrepreneuriale managériale	Elle renvoie à la capacité perçue de l'individu à pouvoir gérer son entreprise, en particulier, ses compétences de coordination et de gestion du capital humain.	
		Auto-efficacité entrepreneuriale financière	Elle représente la capacité perçue de l'individu à mobiliser les financements ou à attirer des actionnaires.	
	Formations et expériences	Enseignement de l'entrepreneuriat	Ce sont des formations acquises en relation avec l'entrepreneuriat et les structures et dispositifs d'accompagnement à la création.	Boissin et al., (2007), Krueger et Carsrud (1993), Tounès, (2003), Linan et Chen (2009), Shirokova, et al. (2016)
		Expériences professionnelles	Ce sont les compétences acquises au sein du travail, l'individu apprend de la responsabilité, des tâches et des décisions qu'on lui confie.	Bird (1992), Tounès, (2003)



## **2.1. DETERMINANTS ASSOCIES AU COMPORTEMENT ET ATTITUDE**

Cette catégorie de déterminants comprend trois facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale, à savoir l'attitude envers l'entrepreneuriat, la propension au risque et la perception des attentes sociales (normes subjectives).

### **2.1.1. L'attitude envers l'entrepreneuriat**

L'attitude envers l'entrepreneuriat est une variable clé dans de nombreux modèles théoriques expliquant l'intention entrepreneuriale. Selon Liñán et Chen (2009), l'attitude envers l'entrepreneuriat désigne les perceptions individuelles sur l'attrait et les conséquences de l'entrepreneuriat. Il s'agit d'une évaluation subjective des avantages et des inconvénients de l'entrepreneuriat (Peterman et Kennedy, 2003). Il existe une relation significative entre l'attitude envers l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale, souvent considérée comme un prédicteur majeur de cette intention (Delanoë et Brulhart, 2011). Liñán et Chen (2009) ont constaté que l'attitude positive envers l'entrepreneuriat est un prédicteur important de l'intention entrepreneuriale des étudiants, soulignant son rôle clé dans la formation de cette intention. Krueger (2000) montre comment les attitudes positives envers l'entrepreneuriat sont associées à des intentions plus fortes de devenir entrepreneur. Liñán et Fayolle (2015) ont dévoilé qu'une attitude positive envers l'entrepreneuriat est souvent liée à une intention plus forte de devenir entrepreneur pour les étudiants.

Ces travaux ont, chacun à leur manière, affirmé l'importance de l'attitude envers l'entrepreneuriat en tant que prédicteur majeur de l'intention entrepreneuriale. A cet effet, il est possible de proposer l'hypothèse suivante :

H 1 : L'attitude envers l'entrepreneuriat a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.

### **2.1.2. La propension au risque**

La propension au risque désigne la volonté ou la disposition des individus à prendre des risques dans le cadre de la création d'une entreprise. Krueger (2000) décrit cette propension comme la capacité à tolérer l'incertitude et à prendre des décisions dans des conditions où les résultats sont incertains. La propension au risque est une variable qui a un rôle clé dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Liñán et Chen (2009) ont constaté que les individus ayant une plus grande propension au risque étaient plus susceptibles de développer une intention entrepreneuriale forte. Kautonen et al. (2013) ont également observé qu'une propension au risque plus élevée était corrélée à des intentions plus fortes de devenir entrepreneur, soulignant

ainsi l'impact positif de cette propension sur l'intention entrepreneuriale. Peterman et Kennedy (2003) ont montré que les individus ayant une propension au risque plus élevée étaient plus enclins à exprimer une intention entrepreneuriale plus forte, mettant en évidence l'importance de cette propension dans la formation de l'intention entrepreneuriale.

Dans l'ensemble, ces travaux soulignent de manière cohérente que les étudiants ayant une propension au risque plus élevée sont plus enclins à exprimer une intention entrepreneuriale plus forte. Nous formulons alors l'hypothèse suivante :

H 2 : La propension à la prise de risque a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

### **2.1.3. Les normes subjectives (les encouragements de l'entourage)**

Ajzen (1991) a défini les normes subjectives comme la perception de la pression sociale ou des attentes des autres concernant un comportement spécifique. Ces normes subjectives influencent l'intention de l'individu à adopter ou à éviter ce comportement. Plusieurs auteurs ont étudié l'impact des normes sociales sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Liñán et Chen (2009) ont mis en évidence que des normes sociales favorables à l'entrepreneuriat, telles que le soutien familial ou social perçu envers l'entrepreneuriat, étaient associées à une intention plus forte de devenir entrepreneur. Krueger (2000) a souligné que les attentes sociales, y compris le soutien de la famille, des amis ou de la société, peuvent influencer positivement l'intention entrepreneuriale. Liñán et Fayolle (2015) ont conclu que des normes sociales favorables à l'entrepreneuriat peuvent augmenter l'intention des étudiants à entreprendre.

Ces travaux ont globalement conclu que des normes sociales favorables à l'entrepreneuriat, telles que le soutien familial, les attentes sociales positives ou les influences perçues de modèles de réussite entrepreneuriale, peuvent jouer un rôle significatif en renforçant l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Il est possible donc de formuler l'hypothèse suivante :

H 3 : Les encouragements de la part de l'entourage ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

## **2.2. DETERMINANTS ASSOCIES A LA COMPETENCE PERÇUE**

La compétence entrepreneuriale perçue est la perception individuelle des compétences et des capacités nécessaires pour créer et gérer une entreprise (Shapero et Sokol, 1982). La croyance en sa compétence entrepreneuriale serait un facteur déterminant de l'intention entrepreneuriale.



Les déterminants associés à la compétence comprennent l'auto-efficacité entrepreneuriale ainsi que les formations et expériences professionnelles.

### **2.2.1. L'auto-efficacité entrepreneuriale**

L'auto-efficacité entrepreneuriale se réfère à la croyance de l'étudiant en sa capacité à accomplir avec succès des tâches entrepreneuriales spécifiques ou à gérer les situations difficiles dans le contexte de la création et de la gestion d'une entreprise. Shane et Venkataraman (2000) ont abordé l'auto-efficacité entrepreneuriale comme la confiance en ses propres compétences pour identifier et exploiter des opportunités entrepreneuriales. Ils ont souligné que cette croyance en soi était essentielle pour que les individus se sentent capables de créer et de développer une entreprise avec succès. Chen (2014) ont mis en avant l'auto-efficacité entrepreneuriale comme la confiance d'une personne en ses compétences spécifiques liées à l'entrepreneuriat, telles que la planification d'entreprise, la prise de décision, la gestion des risques, etc. Ils ont souligné que cette auto-efficacité influençait la volonté de devenir entrepreneur.

Delanoë et Brulhart (2011) décomposent cette auto-efficacité entrepreneuriale en quatre dimensions.

- L'auto-efficacité administrative : elle fait référence à la croyance qu'une personne a en ses propres capacités à accomplir efficacement des tâches ou des activités dans le domaine de l'administration. Cela concerne la confiance en sa capacité à gérer des responsabilités administratives, à prendre des décisions, à organiser des activités, à résoudre des problèmes et à interagir efficacement avec d'autres individus dans un contexte administratif. L'auto-efficacité administrative peut jouer un rôle crucial dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Une forte auto-efficacité administrative peut motiver l'étudiant à devenir entrepreneur et à réussir dans ses rôles administratifs variés au sein d'une organisation. Dès lors, il est possible d'avancer l'hypothèse suivante :

H 4 : l'auto-efficacité administrative a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

- L'auto-efficacité stratégique. : elle se réfère à la croyance d'une personne en ses capacités à planifier, à mettre en œuvre et à gérer des stratégies pour atteindre des objectifs spécifiques dans un contexte entrepreneurial. Cette perception de ses propres capacités à élaborer des stratégies et à les exécuter avec succès peut influencer l'intention entrepreneuriale. Bandura (1997) suggère que la croyance de l'étudiant en ses capacités à planifier, à organiser et à exécuter des actions peut influencer la motivation et les actions entreprises vers des objectifs



spécifiques. Une auto-efficacité stratégique plus élevée pourrait stimuler la confiance de l'étudiant en ses capacités à réussir en tant qu'entrepreneur et à planifier efficacement ses actions dans le contexte entrepreneurial. Il est donc possible d'avancer l'hypothèse suivante :

H 5 : l'auto-efficacité stratégique a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

- L'auto-efficacité managériale : elle se rapporte à la confiance que l'étudiant a en ses propres compétences pour gérer et diriger des activités ou des tâches liées à la gestion d'entreprise. Cette perception de ses propres capacités en matière de gestion peut influencer l'intention entrepreneuriale. Plusieurs travaux ont souligné l'importance de la confiance en soi, des compétences en matière de la gestion des hommes et de la perception des individus quant à leur capacité à réussir en tant qu'entrepreneur (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). Il est donc possible d'avancer l'hypothèse suivante :

H 6 : l'auto-efficacité managériale a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

- L'auto-efficacité financière : elle fait référence à la croyance qu'a l'étudiant en ses propres compétences à gérer efficacement les aspects financiers, tels que la planification budgétaire, la gestion des investissements, la compréhension des états financiers, la gestion des risques financiers, et d'autres aspects liés à la gestion financière (Bandura, 1997). Une forte auto-efficacité financière peut renforcer la confiance de l'étudiant dans sa capacité à gérer les finances d'une entreprise. Cela peut favoriser une intention entrepreneuriale plus forte, car l'étudiant se sent plus apte à relever les défis financiers associés à la création et à la gestion d'une entreprise. Se sentir compétent dans la gestion financière peut encourager une attitude proactive et déterminée à poursuivre des opportunités entrepreneuriales (Delanoë et Brulhart, 2011). Une forte auto-efficacité financière peut contribuer à renforcer l'intention entrepreneuriale en donnant à l'étudiant la confiance nécessaire pour gérer les défis financiers associés à la création et à la gestion d'une entreprise. Il est donc possible d'avancer l'hypothèse suivante :

H 7 : l'auto-efficacité financière a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.



### **2.2.2. Les formations et expériences professionnelles**

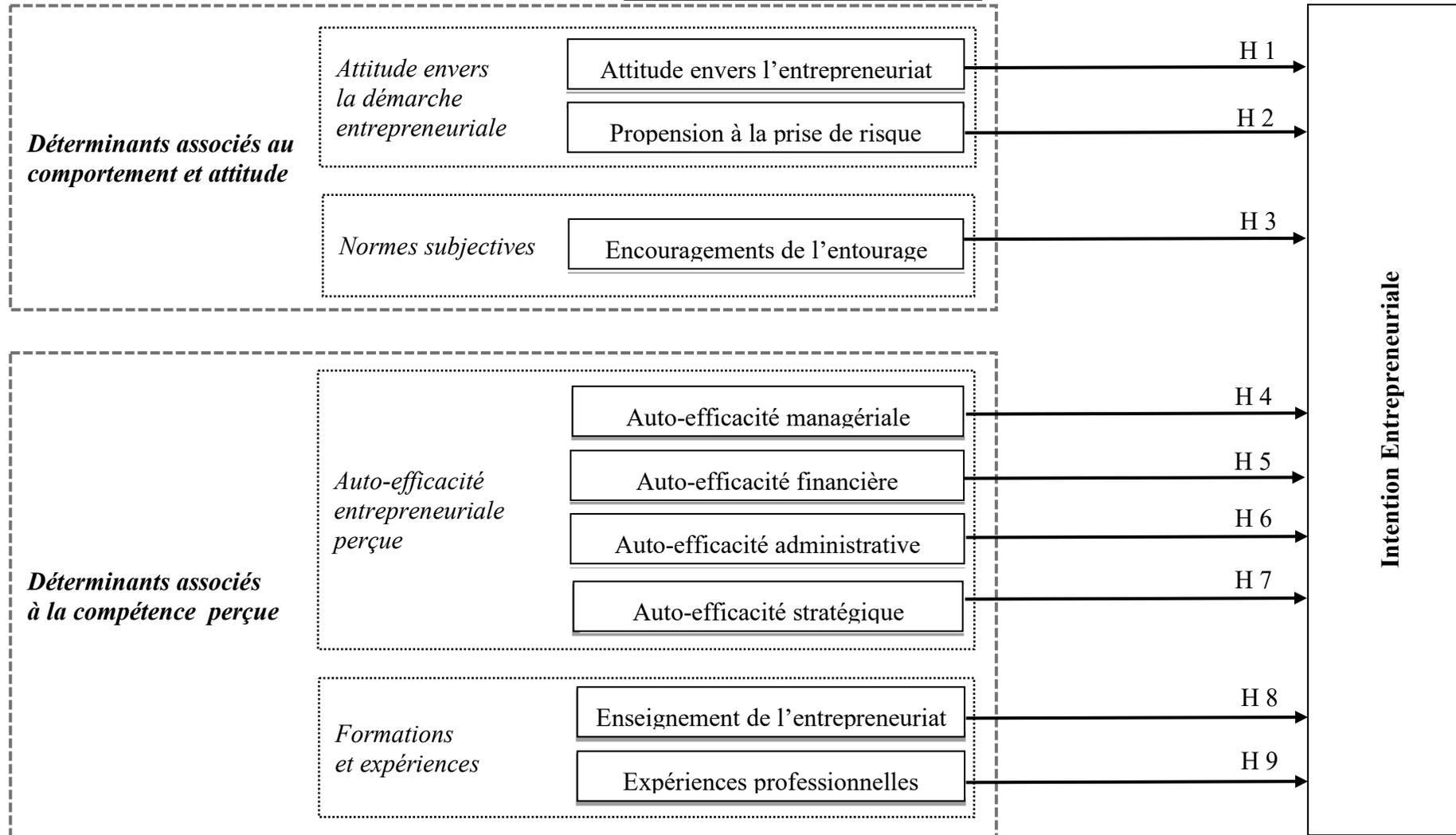
L'environnement éducatif et professionnel présente une influence significative sur le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Selon Tounès (2003), les aptitudes entrepreneuriales sont principalement acquises tout au long du cursus universitaire. L'enseignement de l'entrepreneuriat a connu une croissance rapide partout dans le monde (Boissin et Emin, 2006 ; Boissin et al., 2007 ; Mwiya, 2014). Linàn et Chen (2009) constatent que l'enseignement de l'entrepreneuriat serait une étape de préparation à la création d'entreprise. Les cours proposés, notamment ceux portant sur la démarche entrepreneuriale (idéation et reconnaissance de l'opportunité, business model, business plan etc.) constituent un réel atout en faveur de la création d'entreprise chez les étudiants. Liñán et Chen (2006) prévoient qu'une éducation supérieure ou des expériences professionnelles antérieures dans des contextes entrepreneuriaux peuvent augmenter la propension à devenir entrepreneur. Krueger, Reilly et Carsrud (2000) ont constaté que les formations académiques, les expériences professionnelles et le mentorat peuvent influencer favorablement l'intention entrepreneuriale. Les étudiants ayant eu des expériences variées ou des formations pertinentes sont souvent plus enclins à envisager l'entrepreneuriat. Kolvereid (1996) suggère que les personnes ayant une expérience professionnelle variée ou ayant occupé des postes où elles ont eu la possibilité de prendre des décisions indépendantes sont souvent plus enclines à envisager l'entrepreneuriat. Il apparaît clairement que l'enseignement de l'entrepreneuriat, mais aussi les expériences professionnelles passées, peuvent contribuer à renforcer l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Il est donc possible d'avancer les deux hypothèses suivantes :

H 8 : Les aptitudes entrepreneuriales acquises grâce à l'enseignement de l'entrepreneuriat ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

H 9 : Les aptitudes entrepreneuriales acquises grâce aux expériences professionnelles ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Notre modèle de recherche, présenté en Figure 1, dresse un aperçu synthétique sur la configuration des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale, répertoriés selon qu'ils soient liés au comportement ou à la compétence.

**Figure 1. Modèle conceptuel**



Le tableau 4 dresse un récapitulatif du corps d'hypothèses qui régissent notre modèle de recherche.

**Tableau 4. Synthèse des hypothèses retenues**

Premier niveau d'analyse	Deuxième niveau d'analyse	Troisième niveau d'analyse	Hypothèses	
Déterminants associés au comportement et attitude	Attitude envers la démarche entrepreneuriale	Attitude envers l'entrepreneuriat	H1	L'attitude envers l'entrepreneuriat a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
		Propension au risque	H2	La propension au risque a un effet positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
	Normes subjectives	Encouragements de l'entourage	H3	Les encouragements de l'entourage ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
Déterminants associés à la compétence perçue	Auto-efficacité entrepreneuriale	Auto-efficacité administrative	H4	L'auto-efficacité administrative a un effet positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
		Auto-efficacité stratégique	H5	L'auto-efficacité stratégique a un effet positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
		Auto-efficacité managériale	H6	L'auto-efficacité managériale a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
		Auto-efficacité financière	H7	L'auto-efficacité financière a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
	Formations et expériences	Enseignement de l'entrepreneuriat	H8	Les aptitudes entrepreneuriales acquises grâce à l'enseignement de l'entrepreneuriat ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.
		Expériences professionnelles	H9	Les aptitudes entrepreneuriales acquises grâce aux expériences professionnelles ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.



### **3. CHOIX METHODOLOGIQUES**

L'objet de ce travail de recherche est de concevoir et de tester un cadre d'analyse des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants en phase de graduation. A ce niveau nous apportons quelques éléments de justification des choix méthodologiques opérés.

#### **3.1. TERRAIN DE LA RECHERCHE ET ECHANTILLON**

Notre terrain de recherche est la population des étudiants tunisiens. L'intention entrepreneuriale en Tunisie a connu une croissance significative au fil des ans, avec de plus en plus de personnes aspirant à créer et à gérer leurs propres entreprises. Le gouvernement tunisien a mis en place diverses initiatives pour promouvoir l'entrepreneuriat, tels que des programmes de soutien financier, des incubateurs d'entreprises, et des réductions d'impôts pour les jeunes entrepreneurs. L'enseignement de l'entrepreneuriat s'est considérablement consolidé, les efforts visant à sensibiliser à l'entrepreneuriat dans les écoles et les universités ont contribué à créer une culture où les jeunes sont encouragés à développer leurs propres idées et à créer des entreprises innovantes. Des réseaux de soutien, des événements de networking et des associations professionnelles ont émergé afin d'aider les porteurs de projet à échanger des idées, à trouver des mentors et à accéder à des ressources essentielles.

Les étudiants ciblés sont essentiellement en fin de leur cursus universitaire, car nous considérons que c'est la période où l'étudiant manifeste le plus des intentions envers l'entrepreneuriat. Ce choix de la population estudiantine se justifie par deux principales raisons. La première raison se manifeste dans l'intérêt de l'étude de l'intention entrepreneuriale auprès de la population estudiantine. En dépit de la profusion des travaux cherchant à expliciter les facteurs déclencheurs de l'intention entrepreneuriale dans le monde (Arlotto et al. 2007), rares sont les études qui ont traité de cette problématique dans le contexte tunisien (Mahmoudi et Tounès, 2014).

La deuxième raison se rapporte à l'intérêt porté par le gouvernement tunisien à l'entrepreneuriat des étudiants qui s'est traduit par la promulgation de la loi N°2018-20 « StartupAct » du 17 avril 2018. Cette loi vise à promouvoir l'entrepreneuriat et à créer un environnement favorable pour les startups, en simplifiant les démarches administratives et en offrant des incitations financières aux jeunes entrepreneurs.

Notre enquête a été conduite tout au long du mois d'avril et de mai 2023. Cette période correspond aux derniers mois du cursus universitaire des étudiants enquêtés. C'est la période

durant laquelle les étudiants sont en phase de réflexion sur leur avenir professionnel et seront donc plus enclins à exprimer clairement leurs motivations entrepreneuriales.

Le questionnaire a été administré par voie électronique via les adresses mail collectives des groupes d'étudiants. Des relances ont été nécessaires afin d'optimiser notre taux de réponse. Nous avons ciblé les étudiants de 3<sup>ème</sup> année licence en sciences de gestion au sein de deux écoles de commerce publiques tunisiennes (HEC Carthage , ISG Tunis). L'effectif total de l'échantillon est d'environ 500 étudiants dans les deux établissements. Nous avons pu collecter au final 192 questionnaires exploitables.

### **3.2. MODE D'OPERATIONNALISATION DES VARIABLES**

Les échelles de mesure mobilisées dans cette recherche sont issues de la littérature antérieure et dont les qualités psychométriques ont été validées. Nous avons fait en sorte de les adapter aux spécificités de notre terrain de recherche grâce à des entretiens exploratoires. Igalens et Roussel (1998) signalent que les entretiens exploratoires à partir d'un échantillon de petite taille permettent d'isoler certains jugements ou certaines opinions afin de construire et valider les instruments de mesure. Ces échelles ainsi que leurs fondements théoriques sont présentés en Annexe 1.

### **3.3. DEMARCHE D'INVESTIGATION EMPIRIQUE**

Notre démarche d'investigation empirique repose sur deux phases. La première est de nature exploratoire et vise essentiellement à adapter notre modèle de recherche ainsi que les variables qui le composent. La deuxième phase est de nature quantitative, elle se propose de tester les différentes formes de relations qui régissent notre modèle de recherche.

#### **3.3.1. Phase exploratoire de la recherche**

Cette première phase s'appuie sur des entretiens exploratoires menés auprès d'un échantillon restreint de 20 étudiants en phase terminale du cursus universitaire. L'objectif principal de cette phase était d'adapter notre cadre d'analyse aux spécificités de notre terrain, en tenant compte des nuances et des particularités propres à notre population d'étude.

Au cours de ces entretiens, nous avons évalué le degré de pertinence de l'ensemble des déterminants de l'intention entrepreneuriale envisagés. Les réponses des participants ont permis d'explorer en profondeur leurs motivations, leurs attitudes envers l'entrepreneuriat, et les influences qui façonnent leur intention de devenir entrepreneurs. Cette exploration a permis également de s'assurer d'une bonne compréhension des énoncés du questionnaire. Elle a rendu possible une redéfinition des questions en fonction des facultés intellectuelles des répondants.

### 3.3.2. Phase quantitative de la recherche

L'objectif de cette phase déductive est de mettre à l'épreuve et de valider le cadre conceptuel de l'intention entrepreneuriale. Elle repose sur une enquête à large spectre conduite auprès d'étudiants en phase terminale de leur formation. Les données recueillies ont été traitées statistiquement moyennant une analyse factorielle en composantes principales et une analyse de régression (conduite sous SPSS).

## 4. RESULTATS ET DISCUSSION

Après avoir donné un récapitulatif des différentes analyses opérées, il sera question d'interpréter et de discuter les résultats obtenus de manière à tirer les enseignements de cette étude.

### 4.1. RESULTATS DES ANALYSES

L'objet de l'analyse factorielle est la purification des instruments de mesure, et c'est grâce à l'analyse en composantes principales et au test de fiabilité. Plusieurs itérations sont conduites pour purifier les échelles. Le tableau 5 présente les résultats finaux.

**Tableau 5. Synthèse des résultats de l'ACP**

Variable	Nbre d'items restants	Quantité de variance restituée	KMO	Cohérence interne (alpha de Cronbach)
Intention entrepreneuriale	7	60%	0.834	0.884
Attitude envers l'entrepreneuriat	3	72%	0.818	0.868
Propension au risque	3	70%	0.691	0.786
Encouragements de l'entourage	3	70%	0.691	0.782
Auto-efficacité administrative	3	79%	0.732	0.864
Auto-efficacité stratégique	3	86%	0.714	0.919
Auto-efficacité managériale	2	89%	0.560	0.877
Auto-efficacité financière	3	74%	0.710	0.820
Expérience professionnelles	4	73%	0.790	0.872
Enseignement de l'entrepreneuriat	4	72%	0.830	0.869

Les résultats de l'ACP confirment que toutes les variables sont unidimensionnelles. La fiabilité des échelles est vérifiée par l'alpha de Cronbach, qui est supérieure à 0.7 pour toutes les variables.

Le tableau 6 présente les résultats des analyses de régression linéaire. Les résultats indiquent que la majorité des variables révèlent un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale (t largement supérieure à 1.96 et p inférieure à 0.05). Seule la variable « la propension à la prise de risque » ne montre aucun effet sur l'intention entrepreneuriale. Ceci



implique que huit parmi les neuf hypothèses ont été validées. La variable « Auto-efficacité administrative » a l'effet le plus significatif sur l'intention entrepreneuriale.

**Tableau 6. Synthèse des résultats de la régression linéaire simple**

<b>Variables explicatives</b>	<b>Hypothèse</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>Bêta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Attitude envers l'entrepreneuriat	H 1	0.265	0.515	8.283	0.000
Propension à la prise de risque	H 2	0.014	0.116	1.616	0.108
Encouragements de l'entourage	H 3	0.191	0.437	6.688	0.000
Auto-efficacité administrative	H 4	0.373	0.611	10.635	0.000
Auto-efficacité stratégique	H 5	0.343	0.587	9.989	0.000
Auto-efficacité managériale	H 6	0.316	0.562	9.369	0.000
Auto-efficacité financière	H 7	0.364	0.603	10.428	0.000
Enseignement de l'entrepreneuriat	H 8	0.308	0.555	9.189	0.000
Expériences professionnelles	H 9	0.358	0.598	10.288	0.000

#### **4.2. DISCUSSION DES RESULTATS**

Nous allons à présent interpréter et discuter les résultats de notre enquête à la lumière des travaux antérieurs, de manière à tirer les principales contributions.

##### **4.2.1. Le rôle des facteurs comportementaux et des attitudes dans le développement de l'intention entrepreneuriale**

Nos résultats ont mis en lumière le pouvoir explicatif de l'attitude envers l'entrepreneuriat et des normes subjectives (encouragement de l'entourage) dans la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens.

- L'effet positif de l'attitude envers l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants

Cette Hypothèse a été validée conformément aux travaux de Krueger et al., (2000) ; de Autio et al., (2001) ; de Boissin et al., (2007) ; de Tounès, (2003) et de Delanoë et Brulhart, (2011). L'effet positif de l'attitude envers l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants montre que les perceptions, les croyances et les évaluations positives de l'entrepreneuriat peuvent jouer un rôle crucial dans le processus décisionnel des étudiants en les motivant et en les incitant à considérer sérieusement la création d'entreprise comme une option de carrière attrayante. Cette attitude favorable peut servir de prédicteur important de l'intention



d'entreprendre et influencer les actions entreprises pour concrétiser cet objectif entrepreneurial (Amit et al. 1995).

Il apparaît clairement que les étudiants tunisiens recherchent de l'autonomie et des carrières professionnelles indépendantes. Ils conçoivent l'entrepreneuriat comme une alternative pour éviter le chômage. Les étudiants se lancent dans la création d'entreprise vu les enjeux à la fois économiques et sociaux qu'elle offre.

- L'effet positif des encouragements de l'entourage sur l'intention entrepreneuriale des étudiants

Ce résultat corrobore les travaux de Kolvereid, (1996), de Engle et al., (2010), de Emin, (2004), de Tounès, (2003) et de Delanoë et Brulhart, (2011). Il apparaît d'après nos résultats que les encouragements de l'entourage peuvent jouer un rôle crucial dans la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants en influençant leur perception, leur motivation et leur accès aux ressources nécessaires pour entreprendre. Ce résultat met en lumière l'importance de l'écosystème social et du soutien émotionnel pour encourager et favoriser les aspirations entrepreneuriales des jeunes. Les jeunes Tunisiens ont souvent tendance à suivre les parcours professionnels de leurs parents ou de leurs proches (Tounès, 2003). Par ailleurs, les étudiants sont fréquemment inspirés par les parcours atypiques de jeunes entrepreneurs ou par la croissance significative du nombre de startups en Tunisie.

#### **4.2.2. L'influence de la perception des compétences sur l'intention entrepreneuriale des étudiants**

Le pouvoir explicatif de la compétence perçue, renvoyant aussi bien aux différentes formes d'auto-efficacité mais aussi aux enseignements et aux expériences professionnelles, a été entériné dans le cadre de cette recherche.

- L'effet positif de l'auto-efficacité administrative sur l'intention entrepreneuriale des étudiants

Ce résultat rejoint les conclusions de Delanoë et Brulhart (2011). L'auto-efficacité administrative témoigne de la croyance des étudiants tunisiens en leurs propres capacités à accomplir des tâches administratives, à gérer des activités organisationnelles et à surmonter les obstacles liés à la gestion et à l'organisation. Ce constat se justifie par le fait que les étudiants tunisiens pensent que certains organismes peuvent les conseiller, mais aussi les aider à effectuer certaines formalités administratives.



Cette auto-efficacité administrative chez les étudiants peut jouer un rôle important dans le renforcement de leur intention entrepreneuriale en raison des opportunités offertes par l'écosystème entrepreneurial tunisien, du soutien gouvernemental et institutionnel, de la valorisation de l'entrepreneuriat et de l'accès à des modèles inspirants de réussite entrepreneuriale dans le pays. En effet, le gouvernement tunisien a mis en place divers organismes dans le but d'assister les étudiants dans les formalités liées à la création d'une entreprise. Par exemple, le site de l'Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation (APII) explique en détail les étapes nécessaires lors d'une création d'entreprise. La simplification des procédures administratives, à travers l'établissement d'un cadre juridique spécifique pour les auto-entrepreneurs, constitue l'un des axes de la stratégie nationale en matière d'entrepreneuriat en Tunisie.

- L'effet positif de l'auto-efficacité stratégique sur l'intention entrepreneuriale des étudiants  
Ce résultat rejoint les travaux de Delanoë et Brulhart (2011). L'auto-efficacité stratégique montre une certaine croyance des étudiants tunisiens en leurs propres capacités à penser de manière stratégique, à planifier efficacement et à prendre des décisions judicieuses dans des situations complexes ou incertaines. En Tunisie, une auto-efficacité stratégique élevée chez les étudiants peut être un facteur déterminant dans le renforcement de leur intention entrepreneuriale en les préparant à répondre aux opportunités économiques, à relever les défis et à contribuer à l'innovation et au développement économique du pays. La croyance des étudiants tunisiens en leur capacité stratégique est fortement conditionnée par les encouragements du gouvernement. En effet, les organismes publics se sont engagés activement à soutenir les jeunes diplômés en les assistant dans l'élaboration des plans d'affaires et en assurant le suivi de leurs activités au cours des premières années de leur lancement.

- L'effet positif de l'auto-efficacité managériale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants  
Ce résultat est conforme à l'étude de Delanoë et Brulhart (2011). Cette auto-efficacité managériale chez les étudiants peut jouer un rôle crucial dans le renforcement de leur intention entrepreneuriale en les préparant à gérer les aspects organisationnels, humains et stratégiques d'une entreprise. Ces compétences managériales sont souvent acquises durant les études universitaires. En Tunisie, les enseignements et les programmes de formation portant essentiellement sur l'entrepreneuriat, le management des hommes et de projet peuvent constituer un réel facteur de motivation à la création d'entreprise. Au mois de Mars 2019, le ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi en Tunisie a organisé une campagne



de sensibilisation intitulée « Innajim » (« je suis capable », en français) ». Elle a pour but de développer la culture entrepreneuriale et de favoriser l'accompagnement et l'encadrement des jeunes.

- L'effet positif de l'auto-efficacité financière sur l'intention entrepreneuriale des étudiants  
Ce constat rejoint celui de Delanoë et Brulhart (2011). Une forte auto-efficacité financière traduit la croyance des étudiants tunisiens en leurs propres capacités à gérer efficacement des questions financières, telles que la budgétisation, l'investissement, la gestion des flux de trésorerie, etc. Elle peut jouer un rôle crucial dans le renforcement de leur intention entrepreneuriale en leur donnant confiance dans leur capacité à gérer les aspects financiers d'une entreprise. Cette forte auto-efficacité financière s'explique par l'existence de multiples structures instaurées par l'Etat Tunisien visant à faciliter l'accès aux sources de financement, mais aussi en accordant certaines exonérations fiscales. Dans le cadre du programme "Nouvelle Génération de Promoteurs", le ministère de l'emploi indique avoir apporté son soutien au financement de 13 211 petites entreprises, générant ainsi la création de 16 721 emplois. La banque centrale de Tunisie accorde également certaines facilités financières à travers l'octroi de cartes technologiques internationales, et la création de comptes en devises pour garantir la souplesse dans les opérations internationales.

- L'effet positif de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants

Ce résultat confirme les conclusions des travaux de Krueger et Carsud, (1993), de Tounès (2003) de Boissin et al., (2007) et de Linàn et Chen (2009). Il apparaît clairement que l'enseignement de l'entrepreneuriat en Tunisie peut jouer un rôle essentiel dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants en leur fournissant les compétences, les connaissances, la confiance et les ressources nécessaires pour envisager sérieusement la création d'entreprise comme une option de carrière viable. En Tunisie, la promotion de l'entrepreneuriat se fait de différentes manières. Elle se manifeste par des cours en culture entrepreneuriale à l'université, mais aussi par l'organisation de manifestations scientifiques où seront exposés des « success stories » par exemple. Parmi les initiatives, le gouvernement a lancé le projet « Edupreneuriat » visant la généralisation de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les établissements universitaires.

- L'effet positif des expériences professionnelles sur l'intention entrepreneuriale des étudiants



Ce résultat est conforme à celui de Bird (1992) et de Tounès (2003). L'expérience antérieure des étudiants serait un facteur catalyseur de la création d'entreprise. Les expériences professionnelles, que ce soit à travers des stages, des emplois à temps partiel ou des projets professionnels, peuvent jouer un rôle important dans le développement de l'intention entrepreneuriale des étudiants en les exposant à la réalité du monde professionnel, en renforçant leurs compétences pratiques, en les incitant à identifier des opportunités commerciales. Ces expériences constituent souvent une base solide pour ceux qui envisagent de créer leur propre entreprise. Certaines universités tunisiennes imposent l'exercice de stages d'été ou de stages de fin d'études à ses étudiants.

## **CONCLUSION**

L'objet de ce travail de recherche a porté sur l'étude des facteurs explicatifs de la formation de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Nous avons construit un cadre d'analyse qui décline les déterminants en deux principales dimensions, à savoir les déterminants associés au comportement et les déterminants liés à la compétence. Notre modèle constitue une relecture des travaux antérieurs, où les contours et les périmètres de chacune des dimensions ont été redéfinis. Les résultats de cette recherche supportent l'effet des déterminants associés au comportement, notamment, l'attitude envers l'entrepreneuriat et les normes subjectives, ainsi que le poids des déterminants liés à la compétence, à savoir, l'auto-efficacité entrepreneuriale, l'enseignement de l'entrepreneuriat, et les expériences professionnelles. Ces éléments de réflexion présentent un intérêt qui se justifie sur le plan théorique, méthodologique et managérial.

Sur le plan théorique, ce travail de recherche a exploré le concept d'intention entrepreneuriale dans le contexte actuel, mettant en lumière les recherches les plus récentes et les tendances émergentes dans le domaine. En nous penchant sur les déterminants individuels et sociaux, nous avons cherché à élucider les mécanismes complexes qui guident les individus vers la concrétisation de leurs aspirations entrepreneuriales. Nos apports théoriques reposent sur le recours aux théories classiques tels que la théorie de l'auto-efficacité et la théorie du comportement planifié, pour comprendre en profondeur les mécanismes psychologiques, et des influences sociales qui sous-tendent l'intention entrepreneuriale.



Sur le plan managérial, les enseignements de cette recherche peuvent éclairer les pouvoirs publics sur les leviers de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Les déterminants que nous avons identifiés jouent un rôle important pour inciter les jeunes diplômés à se lancer en affaires. Nos résultats suggèrent que le renforcement des programmes d'éducation entrepreneuriale peut jouer un rôle déterminant dans la stimulation de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Les institutions éducatives peuvent bénéficier de ces constatations en adaptant leurs programmes pour intégrer davantage d'éléments pratiques, favorisant ainsi un environnement propice à l'émergence d'une culture entrepreneuriale.

Sur le plan méthodologique, notre recherche a adopté une approche mixte, combinant des enquêtes quantitatives et des entretiens qualitatifs. Cette approche nous a permis de trianguler nos données et d'obtenir une compréhension plus approfondie des motivations entrepreneuriales des étudiants.

Malgré l'ensemble des contributions de cette recherche, les résultats obtenus doivent être relativisés en raison de certaines limites du dispositif d'investigation théorique et méthodologique.

D'un point de vue théorique, notre cadre d'analyse et les théories qu'il a mobilisées peuvent simplifier la réalité complexe des motivations entrepreneuriales, et ne pas prendre en compte toutes les nuances des facteurs psychologiques, sociaux et économiques qui influent sur l'intention entrepreneuriale (Krueger, 2017). Les modèles explicatifs de l'intention entrepreneuriale mobilisés ont été construits dans d'autres contextes culturels spécifiques. Ils peuvent ne pas toujours être transposés à d'autres contextes culturels, ce qui limite la portée des résultats (Shane, 2003). Fayolle (2013) souligne que les théories peuvent rapidement devenir obsolètes face aux évolutions rapides du domaine entrepreneurial. Les facteurs considérés pertinents à un moment donné peuvent perdre de leur importance au fil du temps. Il serait donc judicieux pour les recherches futures de construire elles-mêmes leurs outils de mesure afin qu'ils soient plus adaptés au contexte culturel mais aussi à l'écosystème entrepreneurial du terrain de la recherche.

D'un point de vue méthodologique, notre enquête avait porté uniquement sur des étudiants spécialisés en sciences de gestion. L'environnement éducatif peut influencer les réponses des étudiants. Les caractéristiques spécifiques de l'institution, des programmes d'études et du contexte académique peuvent ne pas être généralisables à d'autres environnements éducatifs. Il serait donc pertinent de conduire une enquête plus large qui vise un public d'étudiants multi-

spécialités, où il serait possible de procéder à des analyses comparatives. De plus, notre étude n'a pas pris en considération le poids des facteurs individuels qui peuvent être intégrés dans l'analyse comme variables de contrôle en particulier, l'âge, le genre ou la nature de la formation suivie par l'étudiant.

Une autre limite méthodologique se manifeste dans l'opérationnalisation du concept de l'intention entrepreneuriale où sa mesure peut constituer un défi, car cela repose souvent sur des auto-déclarations des participants. La subjectivité et la perception individuelle peuvent entraîner des biais. Les participants peuvent donner des réponses biaisées, soit en raison de la pression sociale, soit en exprimant des réponses socialement acceptables, ce qui peut affecter la validité des données recueillies.

## REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Amit, R., Muller E. & Cockb, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity, *Journal of Business Venturing*, 10 (2), 95-106.
- Arlotto, J., Boissin, J-P. & Maurin, S., (2007). L'intention entrepreneuriale des étudiants Grandes Ecoles / Universités : un faux débat ?, Ve congrès international de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke, 4-5 Octobre 2007.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G.G.C. & Hay, M., (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA, *Enterprise et Innovation Management Studies*, 2 (2), 145-160.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy : The exercise of control*. New York, NY : Freeman.
- Birch, D.L. (2000). The Job Generation Process, US Department of Commerce, MIT Programme on Neighbourhood and Regional Change (1979). dans: Storey, D.J., Ed., *Small Business: Critical Perspectives on Business and Management*, Routledge, Abingdon-on-Thames, 431-465.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention, *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-453.
- Bird, B. (1992). The operation of intentions in time: the emergence of the new venture, *Entrepreneurship Theory et Practice*, 17, 11–20.
- Boissin J-P., Chollet B. & Emin S. (2005). Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat- Eléments d'analyse pour l'action », XIV<sup>e</sup> Conférence AIMS, Angers/France, 5-8 juin.
- Boissin, J.-P., Chollet, B. & Emin, S. (2007). Explaining the intention to start a business among French students: a closer look at professional beliefs, dans A. Fayolle (dir.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Cheltenham, Edward Elgar, 266-281.
- Boissin, J.-P., Chollet, B. & Emin, S., (2008). Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux, *Revue française de gestion*, 180, 25-43.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26.
- Chen, L. (2014). Understanding it entrepreneurial intention: an information systems view, *The Journal of Computer Information Systems*, 55 (1),2–12.

De Wit, G. & de Kok, J. (2014). Do Small Businesses Create More Jobs? New Evidence for Europe, *Small Business Economics*, 42, 283-295.

Delanoë, S. et Brulhart, F. (2011). Analyse des antécédents de l'intention entrepreneuriale de porteurs de projets français. *Revue internationale P.M.E.*, 24 (1), 43-70.

Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3 (1), 1-20.

Engle, R.L., & al., (2010). Entrepreneurial intent: a twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour et Research*, 16 (1).

Fayolle A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education, *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(7-8), 692-701.

Fayolle, A. & Gailly, B. (2015) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53, 75-93.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, MA, Addison-Wesley.

Gundry, L.K. & Welsch, H.P. (2001). The ambitious entrepreneur: high growth strategies of women-owned enterprises, *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 453-470.

Igalens, J. & Roussel, P. (1998). *Méthodes de recherche en Gestion des Ressources Humaines*, Economica.

Katz, J. & Gartner, W.B., (1988). Properties of emerging organizations, *Academy of Management Review*, 13 (3), 429-441.

Kautonen, T., Van Gelderen, M. & Tornikoski, E.T. (2013). Predicting entrepreneurial behavior : a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697-707.

Koe, W.-L. (2016). The Relationship between Individual Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intention, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (13).

Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (1), 47-57.

Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21

Krueger, N. (2017) *Entrepreneurial Intentions Are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions, Revisiting the Entrepreneurial Mind*. Springer International Publishing, New York, 13-34.

Krueger, N.F., Reilly, M.D. & Carsrud, A.L., (2000). Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411-432.

Liñán, F. & Chen, Y. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample, *Departament d'Economia de l'Empresa*.

Linán, F. & Fayolle, A. (2015) A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda. *Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907-933.

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 593-617.

Mahlaole, S. T., & Malebana, M. J. (2021). The Effects of Entrepreneurship Educations on Students' Entrepreneurial Intentions at a South African University of Technology. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24, 1-16.

Mahmoudi, M. et Tounès, A. (2014). L'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens, Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME – CIFEPME, Agadir/Morocco

Moreau, R. & Raveleau B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale. *Revue internationale P.M.E.* 19 (2), 101-131.

Mwiya, B. (2014). The Impact of Entrepreneurship Education on the Relationships between Institutional and Individual Factors and Entrepreneurial Intention of University Graduates: Evidence from Zambia, University of Wolverhampton, Wolverhampton.

Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28: 2, 129-144.

Shane S. & Venkatraman S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

Shane, S. (2003) *A General Theory of Entrepreneurship*. Edward Elgar, Cheltenham.

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship, dans C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (dir.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 72-90.

Shirokova G., Osiyevskyy O., & Bogatyreva K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics, *European Management Journal*,. 34 (4), 386-399

Su Y, Zhu Z, Chen J & al (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability*.

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 669-694.

Tkachev, A., & Kolvereid, L. (1999). Self-employment Intentions Among Russian students, *Entrepreneurship and Regional Development*, 11 (3), 269-280.

Tounès, A. (2003). L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen.

Wahidi I. (2017). L'intention entrepreneuriale des étudiants en pharmacie : une étude exploratoire auprès des étudiants de l'Université Libanaise, *Marché et organisations*, 1 (28), 193-218.

**ANNEXE.**
**Tableau 7. Echelles de mesure des variables**

Type de variable	Variable	Items de mesure	Auteur(s) de référence
Variable dépendante	Intention entrepreneuriale	1. Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise.	Thompson (2009)
		2. J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise.	
		3. Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise.	
		4. Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise.	
		5. J'ai l'intention de démarrer une entreprise à l'avenir.	
		6. Je planifie mon avenir avec soin.	
		7. Je lis des journaux d'affaires.	
		8. Je lis des livres de planification financière.	
		9. Je planifie mes finances avec soin.	
		10. Je passe du temps à apprendre le démarrage d'une entreprise.	
Variables indépendantes	Attitude envers l'entrepreneuriat	1. Je préfère avoir ma propre entreprise plutôt que travailler pour le compte d'une autre personne.	Gundry et Welsch (2001) ; Linàn et Chen (2009) Delanoë et Brulhart (2011)
		2. Je préfère gagner moins d'argent plutôt qu'avoir un meilleur salaire par quelqu'un d'autre.	
		3. Parmi plusieurs possibilités professionnelles, je choisirai d'être entrepreneur.	
	Propension au risque	1. La création d'entreprise peut constituer pour moi un échec financier.	Tounès (2003)
		2. La création d'entreprise peut constituer pour moi un échec social.	
		3. La création d'entreprise peut constituer pour moi un échec personnel.	
		4. La création d'entreprise peut constituer pour moi un expérience enrichissante permettant de conquérir une nouvelle opportunité entrepreneuriale.	
		5. La création d'entreprise peut constituer pour moi une expérience enrichissante et nécessaire pour la continuation de votre carrière.	
	Encouragements de l'entourage	1. Vos meilleurs amis vous encourageraient à créer votre propre entreprise.	Ajzen (1991) ; Kolvereid (1996)
		2. Votre mentor / modèle professionnel vous encouragerait à créer votre propre entreprise.	
		3. Vos membres de famille vous encourageraient à créer votre propre entreprise.	
	Auto-efficacité administrative	1. Vous vous sentez capable de trouver des personnes et/ou organismes compétents pour vous aider et vous conseiller.	Boissin, Chollet et Emin (2007) ; Delanoë et Brulhart (2011)
		2. Vous vous sentez capable d'effectuer les formalités administratives liées à la création d'une organisation.	
3. Vous vous sentez capable de sélectionner un statut juridique pour votre activité.			
Auto-efficacité stratégique	1. Vous vous sentez capable d'estimer les risques d'un projet.	Boissin, Chollet et Emin (2007) ;	

		2. Vous vous sentez capable d'identifier les informations pertinentes sur les marchés et les clients.	Delanoë et Brulhart (2011)
		3. Vous vous sentez capable d'identifier les informations pertinentes sur les concurrents.	
Auto-efficacité managériale		1. Vous vous sentez capable de coordonner et motiver d'autres personnes.	Boissin, Chollet et Emin (2007) ; Delanoë et Brulhart (2011)
		2. Vous vous sentez capable de trouver des personnes compétentes pour travailler avec vous.	
Auto-efficacité financière		1. Vous vous sentez capable d'obtenir des fonds de proximité, de votre entourage.	Boissin, Chollet et Emin (2007) ; Delanoë et Brulhart (2011)
		2. Vous vous sentez capable d'obtenir des fonds bancaires.	
		3. Vous vous sentez capable d'attirer des actionnaires.	
Expériences professionnelles		Parmi les responsabilités qui vous ont été confiées dans votre travail (stage), pensez-vous que :	Tounès (2003)
		1. Votre responsabilité sur des hommes facilitera le lancement de votre entreprise	
		2. Votre responsabilité sur un budget.	
		3. Votre responsabilité sur des moyens matériels.	
		4. Votre responsabilité de mener un projet.	
		5. Votre responsabilité de prise de décision seul(e).	
Enseignement de l'entrepreneuriat		Après avoir suivi des cours ou des formations en entrepreneuriat, pensez-vous que :	Tounès (2003)
		1. Devenir créateur d'entreprise serait facile pour vous.	
		2. Si vous voulez, vous pourriez facilement poursuivre une carrière de créateur d'entreprise.	
		3. Comme créateur d'entreprise, vous auriez un contrôle total de la situation.	
		4. Le nombre d'événements qui ne seraient pas sous votre contrôle, et qui pourraient vous empêcher de devenir créateur d'entreprise est élevé.	
		5. Si vous deveniez créateur d'entreprise, les chances de réussite de votre entreprise seront fortes	