
Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

LA PERCEPTION DES COMPÉTENCES ET DES INTENTIONS ENTREPRENEURIALES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE LA FORMATION : CAS DES ÉTUDIANTS DE L'UM5 DE RABAT SUR LA PÉRIODE 2016-2019

Lalla Latifa ALAOU

*Professeur-chercheur, à la Faculté des Sciences Juridiques Economiques et SocialesSouissi,
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
Laboratoire de Recherche en Compétitivité Economique et Performance Managériale (LARCEPEM)
affilié au CIRPEC
l.alaoui@um5s.net.ma*

Imane GHAZLANE

*Professeur-chercheur, à la Faculté des Sciences Juridiques Economiques et SocialesSouissi,
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
LARCEPEM – CIRPEC
i.ghazlane@um5s.net.ma*

El Houssain ELATIFE

*Professeur-chercheur, à la Faculté des Sciences Juridiques Economiques et SocialesSouissi,
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
LARCEPEM – CIRPEC
e.elatife@um5s.net.ma*

Badre Eddine CHEGRI

*Professeur-chercheur, à la Faculté des Sciences Juridiques Economiques et SocialesSouissi,
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
LARCEPEM – CIRPEC
badreddine.chegri@um5s.net.ma*

RÉSUMÉ – Au Maroc, l'entrepreneuriat revêt une importance cruciale afin d'assurer la dynamique du développement économique et social. Dans cette optique, des dispositifs d'appui à la création de l'entreprise ont été déployés afin d'encourager les diplômés issus des cursus de l'enseignement supérieur à entreprendre. Dans ce cadre, l'UM5R a créé un centre universitaire de l'entrepreneuriat dont la mission est de promouvoir l'esprit d'entreprise chez les étudiants. Ceci dit, l'objectif de ce travail est double : étudier, dans un premier lieu, à partir d'une grille de lecture dérivée du modèle psychosocial du comportement planifié d'Ajzen et de l'analyse de la littérature en la matière, les perceptions des étudiants du programme clé sur trois années quant aux aptitudes, compétences

ainsi que leurs intentions entrepreneuriales. En deuxième lieu, il s'agira de procéder à une étude empirique réalisée sur la base d'un questionnaire reprenant les principales thématiques de notre travail afin de pouvoir apporter des éléments de réponse aux interrogations posées par notre problématique. Il est important de noter que notre travail s'inscrit dans une démarche exploratoire, qui cherche à développer des axes de réflexion potentiels.

Mots-clés : Entrepreneuriat, intention entrepreneuriale, compétence entrepreneuriale, formation

Les idées et opinions exprimées dans les textes sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'OFE ou celles de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité des auteurs.

Introduction

Plusieurs auteurs considèrent que l'intention représente le meilleur prédicteur de l'acte d'entreprendre. Il s'agit de la variable la plus utilisée dans l'analyse de l'acte d'entreprendre. Celui qui permet de comprendre les intentions futures orientées vers une éventuelle création d'entreprise. Bien que critiquée, cette approche nous paraît la plus adaptée dans un contexte étudiant, universitaire, où l'acte de création peut être mesuré ou approché par l'intention d'entreprendre. Pourtant ce prédicteur n'est pas encore assez compris dans les milieux universitaires nationaux, puisque tout le monde veut de l'entrepreneuriat, en parle, mais sans qu'il soit réalisé un acte véritable entrepreneurial par les étudiants formés à cela. Des formations entrepreneuriales sont programmées et prestées dans les universités marocaines depuis une dizaine d'années, le cas de l'université Mohammed V de Rabat a fini par aboutir à des actions plus robustes notamment un incubateur dédié et un corps d'enseignement aguerri (des facilitateurs en la matière ayant été formés depuis deux ans). Cette réalité n'est pas sans renfermer une réalité, qu'au sein de l'université nous n'avons pas encore approché les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale.

Rappelons que depuis le milieu de la décennie 1990, les recherches entrepreneuriales ont porté sur un intérêt plus important aux individus en devenir au sein du processus entrepreneurial. Pour avoir une image globale de celui-ci, il n'est pas suffisant d'étudier ceux qui ont concrétisé leurs projets, mais aussi ceux qui sont en amont de ce processus. A ce stade, l'étude de l'intention entrepreneuriale enrichit la compréhension de ce dernier. Etudier un comportement futur de création d'entreprise est inséparable des intentions qui animent les individus quant à la manifestation de ce comportement¹.

Ce papier a pour but d'expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université Mohammed V de Rabat, suivant des formations dans cette finalité. L'idée principale est de tenter de comprendre l'effet induit par les dispositifs de formation et de simulation, sur l'intention entrepreneuriale des jeunes étudiants du master. Nous entendons par des formations entrepreneuriales, toute formation qui a pour but l'appui aux étudiants pour développer une intention de création ou se lancer dans le business, dont la finalité est de développer des attitudes et des aptitudes entrepreneuriales.

Problématique de l'étude

Le lien entre la formation entrepreneuriale (offrant des compétences et des attitudes en entrepreneuriat) et l'intention d'entreprendre est une occasion de recherche de revisiter

¹Pour Krueger et Carsrud (1993 : 324)

l'efficacité du dispositif de formation et d'appui aux étudiants de l'université marocaine pour une création de façon plus globale. En effet, les enseignants en charge de la formation en entrepreneuriat le savent trop bien même. Ce ne sont que des facilitateurs et non des catalyseurs de création d'entreprise. Le suivi du sort des formations est encore un but ne figurant pas au tableau de bord des départements de gestion et d'économie. Pourtant, l'université a pour rôle désormais de doter l'économie d'entrepreneurs, innovateurs, créateurs d'opportunités et d'affaires.

Ce besoin qui urge de création représente à la fois :

- Un indicateur de performance de la formation et donc d'aura et d'image de l'établissement de l'enseignement supérieur en tant que dispositif, mais également ;
- Un levier de développement d'actes d'entreprendre post-formation et diplomation ce qui est pour une économie émergente un filet de sécurité et un substitut à l'Etat en matière de création de la richesse par l'individu lui-même ;

Dans ce sens, la problématique de ce papier présente un double intérêt, théorique et pratique :

- Théoriquement, l'effet des formations en entrepreneuriat sur l'intention d'entreprendre est rarement abordé par la recherche au Maroc. Peu de travaux y sont consacrés d'ailleurs et permettent de comprendre l'intention née à partir des formations prestées aux jeunes² au sein de nos universités.
- Pratiquement, l'intention entrepreneuriale, entant que notion clé d'entrée, permet d'appréhender pourquoi un jeune étudiant s'engagera quelques années plus-tard, dans un processus complexe et risqué dont la finalité est d'entreprendre et non uniquement simuler une création tel qu'il avait eu la chance d'avoir, courant le cursus de formation à l'entrepreneuriat au sein de l'université d'appartenance.

Dans ce sens, il est légitime de s'interroger sur ce qui suit : Dans quelles mesures la formation à l'entrepreneuriat a réussi à réaliser un acte effectif de création d'entreprise ? Sinon, pourquoi l'échec est le sort de nombre de formations entrepreneuriales ? Autrement dit, quel lien entre la formation en tant que dispositif et l'intention à la création chez les étudiants de l'université marocaine ? Afin de répondre à cette interrogation, nous mobilisons un cadre conceptuel et théorique, à savoir basé sur la théorie d'Ajzen relative à l'acte planifié de création et aux attitudes et perceptions en lien avec l'intention entrepreneuriale chez les jeunes.

1. Cadre conceptuel de l'étude

Deux concepts clés meublent l'essentiel du cadre d'analyse de notre étude, à savoir : *l'intention entrepreneuriale (1)* et *la formation à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise (2)*. En effet, pour donner une portée opérationnelle à la problématique, nous présentons le concept d'intention entrepreneuriale et expliquons la formation entrepreneuriale et ses caractéristiques majeures. Nous usons de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) pour démontrer les effets de la formation en entrepreneuriat sur la volonté et détermination individuelle d'engager un acte entrepreneurial après diplomation. Nous exposons nos hypothèses de l'étude terrain et un modèle de recherche basé sur l'intention entrepreneuriale et ses liens avec les dispositifs de formation à l'entrepreneuriat. Tout en mettant en exergue l'intérêt de sonder les avis des étudiants eux-mêmes sur l'acte d'entreprendre et de tester l'intention entrepreneuriale d'une cohorte d'étudiants. Nous

²Krueger et alii, 2000 : 415 ; Tounés, 2003

plaidons pour une évaluation de l'impact de la formation en entrepreneuriat sur l'acte de création. Nous présentons un modèle de l'intention entrepreneuriale testé auprès d'étudiants suivant des formations en entrepreneuriat. Nous interprétons les principaux résultats et dégageons les tendances lourdes des intentions post-formation en entrepreneuriat.

La notion d'intention entrepreneuriale comporte la détermination, la résolution et la volonté. Le droit pénal rend compte de cette volonté. L'intention est incluse dans la notion d'infraction qui est le fait générateur de la responsabilité pénale³. Pour que l'infraction existe juridiquement, il ne suffit pas qu'un acte matériel soit commis, il faut encore que celui-ci ait été l'œuvre de la volonté de son auteur⁴. Il est apparu dans la doctrine, que l'intention est une notion monolithique et variée où la volonté d'accomplir un acte est très présente⁵. Nombre de chercheurs en entrepreneuriat considèrent l'intention entrepreneuriale comme l'expression d'une volonté personnelle⁶. Selon Bird⁷, elle oriente l'expérience et l'action vers l'objectif de création d'entreprise. En exposant des modèles de mobilité de salariés fondés sur l'intention, Neveu (1996 : 35) définit celle-ci comme une représentation cognitive à la fois d'un but précis et des moyens pour le réaliser. Pour Krueger et Carsrud (1993 : 322), l'intention entrepreneuriale est une structure cognitive qui inclut les fins et les moyens. D'après Bird (1988 : 445), celle-ci représente un processus cognitif qui naît avec les motivations, les besoins, les valeurs et les croyances. Ce processus est fortement influencé par des variables contextuelles⁸.

Historiquement, depuis le milieu de la décennie 1990, les recherches entrepreneuriales portent un intérêt plus important aux individus en devenir au sein du processus entrepreneurial. Pour avoir une image globale de celui-ci, il n'est pas suffisant d'étudier ceux qui ont concrétisé leurs projets, mais aussi ceux qui sont en amont de ce processus. L'étude de l'intention entrepreneuriale enrichit la compréhension de ce dernier. Pour Krueger et Carsrud⁹, étudier un comportement futur de création d'entreprise est inséparable des intentions qui animent les individus quant à la manifestation de ce comportement. En amont, l'intention représente le meilleur prédicteur de l'acte d'entreprendre¹⁰. A ce stade, il semble qu'il puisse y avoir un effet des formations en entrepreneuriat sur l'intention d'entreprendre, ce lien est rarement abordé par la recherche. Peu de travaux y sont consacrés¹¹. Deuxièmement, sur un plan pragmatique, l'intention permet d'appréhender pourquoi un individu s'engage dans un processus dont la finalité est d'entreprendre. Notons que sur un plan épistémologique, l'intention vient du verbe latin « *intendere* » qui signifie « *tendre vers* ». Il s'agit donc de la volonté tendue vers un certain objectif. Le Robert définit l'intention comme « *le fait de se proposer un certain objectif* ».

³Desportes et Le Gunehec, 1997 : 333 et 363

⁴Stefani et alii, 1997 : 211-215

⁵Pradel (1995 : 500-501)

⁶Bruyat, 1993 : 244 ; Tounés, 2003 : 41 ; Vesalainen et Pihkala, 1999

⁷Bird 1988 : 443 ; 1992 : 11

⁸Vesalainen et Pihkala, 1999

⁹Krueger et Carsrud (1993 : 324),

¹⁰Kolvereid, 1997 : 49 ; Krueger, Brazeal, 1994 : 93 ; Krueger et alii, 2000 : 412

¹¹Krueger et alii, 2000 : 415 ; Tounés, 2003

2. L'intention d'entreprendre : Un processus cognitif sensible aux variables environnantes

Pour Azzedine Tounés¹², l'intention entrepreneuriale constitue une étape majeure du processus de création d'entreprise et est subdivisée en quatre : la propension, l'intention, la décision et l'acte. Selon les schémas de modèles de mobilité de salariés fondés sur l'intention de Neveu (1996), il peut être avancé une définition de l'intention entrepreneuriale comme suit : il s'agit d'une représentation cognitive à la fois d'un but précis et des moyens pour le réaliser. De fait, l'intention entrepreneuriale est une structure cognitive qui inclut les fins et les moyens¹³. Elle représente un processus cognitif qui naît avec les motivations, les besoins, les valeurs et les croyances¹⁴. Ce processus est fortement influencé par des variables contextuelles¹⁵. Elle est une volonté individuelle qui s'inscrit au sein d'un processus cognitif conditionné par le contexte socioculturel, politique et économique.

3. Quelques modèles théoriques d'analyse de l'événement entrepreneurial (Schapiro) et du comportement planifié (Ajzen)

Les perceptions de désirabilité et de faisabilité constituent pour Shapero et Sokol, une dimension clé de compréhension de l'événement entrepreneurial. A l'interface entre ces trois facteurs et l'acte de création se trouvent trois facteurs majeurs que sont :

- Les « déplacements positifs » peuvent être l'influence de la famille, l'existence d'un marché ou d'investisseurs potentiels.
- Les « situations intermédiaires », telles de l'école ou de la prison ;
- Les « déplacements négatifs » autrement dit, une rupture ou un licenciement ;

a. Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)

Ce modèle implicitement fondé sur l'intention¹⁶ indique que pour favoriser cette dernière, il faut agir simultanément sur les perceptions de désirabilité et de faisabilité. Pour Shapero et Sokol, la désirabilité est constituée des facteurs sociaux et culturels qui influencent le système de valeurs du futur créateur (dans notre cas, l'étudiant). En effet, plus une société accorde de l'importance à l'innovation et à la prise de risque, plus l'on verra des entreprises se créer¹⁷. D'ailleurs, cette désirabilité se renforce avec l'expérience. Pour nos deux auteurs, les expériences antérieures, les échecs dans des aventures entrepreneuriales renforcent les perceptions de désirabilité chez les jeunes/ les entrepreneurs. Dans notre cas, les séminaires de rencontre avec des praticiens et des professionnels, jouent ce rôle et offrent des opportunités d'avoir accès à de l'expérience qu'il est difficile de générer en tant que simple étudiant. Aussi, les stages sont perçus comme des facteurs explicatifs de soutien à la création. La connaissance des environnements de l'entreprise réduit la peur de l'échec et l'idée floue sur les attentes d'une création chez les étudiants. Elle accroît leurs niveaux de confiance, de perception, de motivation et d'intention. Un autre élément majeur est perçu par les créateurs, à savoir les conseils et les moyens financiers, l'aide d'amis et les formations entrepreneuriales, qui agissent sur les perceptions de faisabilité.

¹²Azzedine Tounés : L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français, *Revue des Sciences de Gestion* 2006, (n°219), pages 57 à 65

¹³Krueger et Carsrud (1993 : 322)

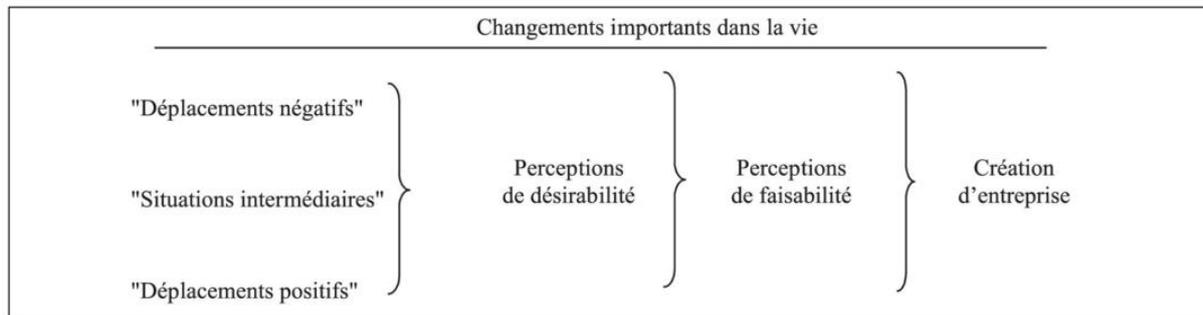
¹⁴Bird (1988 : 445)

¹⁵Vesalainen et Pihkala, 1999

¹⁶Krueger et Carsrud, 1993 : 320 ; Krueger et alii, 2000 : 418

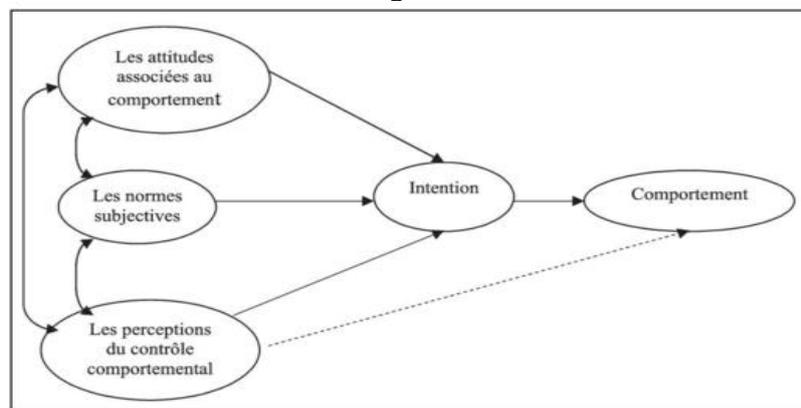
¹⁷Shapero et Sokol, 1982 : 86-88

Figure 1



b. La théorie du comportement planifié de I. Ajzen (1991)

Figure 2



Les normes subjectives résultent des perceptions de la pression sociale ; ce sont les souhaits de la famille et des amis concernant le devenir entrepreneurial de l'individu. Celles-ci renvoient également à la désirabilité de Shapero et Sokol (1982).

Ajzen (1991 : 181-186) affirme que l'intention ne peut se concrétiser que si elle est sous le contrôle de la volonté de l'individu. A cet effet, il intègre dans le modèle de l'action raisonnée une variable complémentaire, les perceptions du contrôle comportemental. Celles-ci impliquent les degrés de connaissance et de contrôle qu'a un individu de ses aptitudes ainsi que des ressources nécessaires en vue de concrétiser le comportement voulu. Ces perceptions s'apparentent au concept de faisabilité de Shapero et Sokol (1982). Grâce aux liens mis en exergue entre la théorie du comportement planifié et le modèle de l'événement entrepreneurial, Krueger et Brazeal (1994 : 95-96) et Krueger et alii (2000 : 419 et 424) déduisent qu'ils se recouvrent fortement.

4. Hypothèses de l'étude

Ce papier a pour objectif d'approcher les hypothèses suivantes dans le cadre de l'étude que nous menons sur l'intention entrepreneuriale. L'hypothèse générale est la suivante : toute formation à caractère entrepreneurial (effort universitaire) qui concerne la mise en œuvre de l'entrepreneuriat ne peut qu'entraîner un éveil entrepreneurial chez les étudiants de l'université Mohammed V de Rabat. Il s'agira d'un constat de l'efficacité ou non des

formations entrepreneuriales dont ont bénéficié trois promotions d'étudiants du niveau master au sein de l'université Mohammed V de Rabat.

Les hypothèses secondaires que nous avons formulées ici, conformément aux hypothèses ressortant de la littérature, d'auteurs comme : Noble et alii 1999, Vallerand 1994, Krueger et Brazeal, 1994, Kolvereid, 1997, Tkachev et Kolvereid, 1999, Tounés, 2003, sont les suivantes :

- **Hypothèse 1** : L'existence d'une idée ou d'un projet d'entreprise plus ou moins formalisé influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants
- **Hypothèse 2** : La recherche d'informations pour formaliser des aspects de l'idée ou du projet d'entreprise influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.
- **Hypothèse 3** : Le besoin d'accomplissement influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.
- **Hypothèse 4** : La propension à la prise de risque influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.
- **Hypothèse 5** : La connaissance par les étudiants de modèles d'entrepreneur qu'ils souhaiteraient imiter agit positivement sur leur intention entrepreneuriale.

Autrement dit, l'intention entrepreneuriale, peut trouver ses explications dans les variables explicatives suivantes :

- L'idée formalisée de projet ;
- La formalisation et recherche de l'information ;
- Le besoin d'accomplissement ;
- La prise de risque ;
- La connaissance des modèles d'entrepreneuriat.

5. Les attitudes et les perceptions sur l'intention de création de l'entreprise : un modèle basé sur Ajzen 1991

Ajzen (1991) avait expliqué le processus de création des entreprises par la conception d'un cadre robuste et cohérent par les attitudes et donc l'intentionnalité est centrale. Le comportement planifié (théorie d'Ajzen) semble offrir une opportunité ou un cadre d'analyse de l'intention de création chez l'étudiant ou le jeune entrepreneur de façon générale. Ce pourquoi nous faisons appel à cette théorie.

D'ailleurs, Ajzen (1991) considère que l'influence des attitudes et des perceptions sur l'intention est mieux perçue grâce à la formulation d'un système d'hypothèses. Les modèles hypothético-déductifs mobilisant la théorie du comportement planifié sont utilisés avec succès dans l'étude de l'intention comportementale¹⁸. Ainsi, il est fait recours à une démarche hypothético-déductive dont l'objectif est la conception d'un modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université marocaine à partir des attitudes développés post-formation à l'entrepreneuriat.

¹⁸Krueger et alii, 2000 : 412-413

De facto, l'ambiance et l'environnement dans lequel se trouvent les étudiants implique de retenir les aspects les plus saillants de l'intention d'entreprendre chez eux. A cet effet, les hypothèses peuvent être construites comme suit :

1. Les attitudes associées au comportement se déclinent par l'existence d'une idée ou d'un projet et la quête d'informations pour mieux les structurer.
2. Les normes subjectives sont approchées par des motivations qui soutiennent l'intention et des influences sociales.
3. Les perceptions du contrôle comportemental sont contenues par les perceptions des aptitudes entrepreneuriales et de disponibilité des ressources.

Nous partons dans notre étude des hypothèses des travaux d'Ajzen pour démontrer que les étudiants de l'Université Mohammed V de Rabat sont conscients de cette relation entre les attitudes développés par eux et l'intention de la création d'un business chez eux dans le futur proche (étant des futurs lauréats de diplômes supérieurs de l'enseignement public).

Figure 3

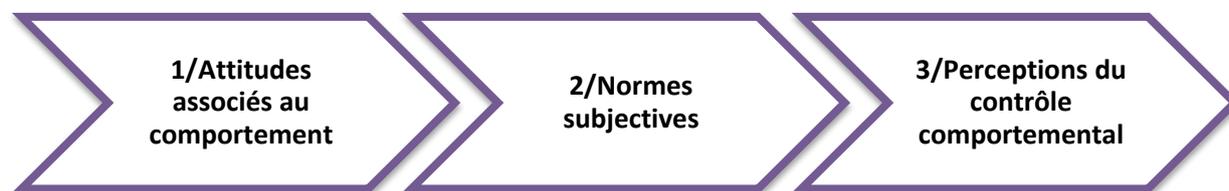


Schéma réalisé par nous-mêmes.

6. Méthodologie de l'étude

Le questionnaire CLE a été administré aux étudiants à l'occasion d'une formation sur l'entrepreneuriat. Cette formation qui a été maintenue par quelques enseignants qui ont en bénéficié dans le cadre d'une formation certifiante par le BIT a permis de constater des réalités majeures. Dans ce sens, les attitudes, les normes et les perceptions peuvent être traduites en variables avec des items de mesure (qualitatives). La méthode de Churchill (1979) est particulièrement appropriée pour élaborer avec rigueur ces instruments de mesure¹⁹. L'utilisation de ces derniers diminue les erreurs de fiabilité dans une étude dont la variable à expliquer est de nature qualitative²⁰. La base de sondage de notre étude est constituée d'étudiants de masters à la faculté Souissi. Ils ont pour commune caractéristique d'être à quelques mois d'entamer leur vie professionnelle et manifestent une variété d'intentions de carrière, dont la carrière entrepreneuriale.

Les formations de sensibilisation et d'accompagnement des étudiants ont été fournies à l'occasion d'une formation dite CLE du BIT, réalisée au profit des enseignants et de suite aux étudiants dans le cadre de sessions de simulations en vue de la certification des animateurs, ou dans l'objectif de disséminer la culture de l'entreprise chez les étudiants de l'université. Il faudrait noter que les étudiants de l'université sont majoritairement à l'intention et ne sont pas sensés développer des aptitudes entrepreneuriales (soit de création d'entreprise). Nombre d'entre eux recherchent la fonction publique et sont penchés vers la quête de la stabilité, ignorent les avantages de l'entrepreneuriat.

¹⁹Igalens, Roussel, 1998 : 113

²⁰Krueger, Reilly, Carsrud, 2000 : 425

7. Résultats : L'intention entrepreneuriale estudiantine approchée par un questionnaire renfermant 38 variables de CLE (modèle BIT-UM5R)

Dans ce cadre, l'UM5R a créé un centre universitaire de l'entrepreneuriat dont la mission est de promouvoir l'esprit d'entreprise au sein de l'université. Le CUE propose aux étudiants, des programmes de formation et d'accompagnement, dans l'objectif de développer leurs compétences entrepreneuriales. Ceci dit, l'objectif de ce travail est double : étudier, dans un premier lieu, à partir d'une grille de lecture dérivée du modèle psychosocial du comportement planifié d'Ajzen et de l'analyse de la littérature en la matière, les perceptions des étudiants du programme clé sur trois années quant aux aptitudes, compétences ainsi que leurs intentions entrepreneuriales. En deuxième lieu, il s'agira de procéder à une étude empirique réalisée sur la base d'un questionnaire reprenant les principales thématiques de notre travail afin de pouvoir apporter des éléments de réponse aux interrogations posées par notre problématique. Il est important de noter que notre travail s'inscrit dans une démarche exploratoire, qui cherche à développer des axes de réflexion potentiels.

Les études exploratoires qui ont attaqué la perception des jeunes en matière de création de l'entreprise éclairent les quelques éléments significatifs suivants :

- a) Stabilité versus instabilité
- b) Faillite et risque
- c) Formel et informel
- d) Corruption sur le marché
- e) Impôt et charges fiscales
- f) Encadrement de l'Etat
- g) Rôle de l'éducation et formation en matière de l'entrepreneuriat

Les 38 Variables, MODELE CLE «ENTREPRENDRE » du Bureau International de travail (BIT) sont décrites comme suit dans la grille que nous avons déroulée :

- | | |
|---|---|
| 1. Genre | 21. Rôle de l'entrepreneur dans la société |
| 2. Age | 22. Ambitions d'entreprendre |
| 3. Profession Mère | 23. Mauvaise idée mais preneur de risques |
| 4. Profession Père | 24. Carrière dans une grande entreprise |
| 5. Cours en entrepreneuriat | 25. Exigence de gestion et planification |
| 6. Connaissances d'un créateur | 26. Problème est une possibilité |
| 7. Pour ou contre emploi stable | 27. Rôle des PME dans l'emploi |
| 8. Idée de création | 28. Peur d'échec = pas obstacle |
| 9. Stabilité par l'entrepreneuriat | 29. Formation CLE et décision de lancement |
| 10. Attitudes de créateurs | 30. Possession des connaissances et qualifications |
| 11. Planification ou chance | 31. Démarrage d'une propre entreprise après formation CLE |
| 12. Admiration du créateur | 32. Curiosité et attention |
| 13. Importance de la PME | 33. Capacité de convaincre |
| 14. Savoir entreprendre | 34. Ecoute des collaborateurs |
| 15. Abandon ou échec | 35. Capacités d'exprimer des idées |
| 16. Souhaits de création | 36. Prise d'initiatives |
| 17. Création entant qu'alternative | 37. Consultation des amis pour décision |
| 18. Connaissance monde des affaires | 38. Place dans le groupe |
| 19. Risque élevé | |
| 20. Connaissance insuffisante dans le domaine | |

8. Echantillon de l'étude terrain :

A. Cibles :

- Etudiants de la Licence Fondamentale –Faculté Souissi
- Etudiants du Masters –FacultéSouissi

B. Questionnaire administré durant le séminaire assuré par Mme ALAOUI Latifa portant sur l'entrepreneuriat:

- 17 répondants en 2016
- 15 répondants en 2017
- 43 répondants en 2019

C. Variables attitudinales

- EtudiantCréateur
- Idée géniale
- Ambition & carriériste
- Risquophile
- Curiosité
- Capacité de convaincre
- Ecoute des collaborateurs
- Capacité d'exprimer des idées
- Prise d'initiative
- Admiration des créateurs

D. Variables socioculturelles

- Age, genre
- Profession des parents
- Connaissance de créateurs
- Consultation des amis pour décision
- Place dans le groupe
- Création comme alternative

E. Variables techniques

- Idée de création
- Bénéfice d'un cours en entrepreneuriat
- Savoir entreprendre
- Planification ou chance
- Formation CLE
- Connaissance du monde des affaires
- Importance des PME dans la création d'emploi

EXEMPLE 2019 / VAR. ATTITUDINALES

Plus de 60% estiment que la prise d'initiative est déterminante dans le lancement dans une création.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	D'acc	21	61,8	61,8	61,8
	NI D'ACC NI CONTRE	4	11,8	11,8	73,5
	PAS D'ACC	9	26,5	26,5	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tableau 1 : Prise d'initiative

La peur constitue une raison de ne pas se lancer dans les affaires pour plus de la moitié des répondants.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	D'acc	19	55,9	55,9	55,9
	NI D'ACC NI CONTRE	10	29,4	29,4	85,3
	PAS D'ACC	5	14,7	14,7	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tableau 2 : Peur d'échec par obstacle

EXEMPLE 2019/ VAR. ATTITUDINALES

Plus de 76% valident le fait que la curiosité et l'attention sont les moteurs de la création par un étudiant de l'université.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	D'acc	26	76,5	76,5	76,5
	PAS D'ACC	8	23,5	23,5	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tableau 3 : Curiosité et attention

Plus de 64% valident que l'ambition est au cœur de la création d'une entreprise ou un projet.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	D'acc	22	64,7	64,7	64,7
	NI D'ACC NI CONTRE	8	23,5	23,5	88,2
	PAS D'ACC	4	11,8	11,8	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tableau 4 : Ambition d'entrepreneur

EXEMPLE 2019 /ANALYSE BIVARIEE

Cette analyse à pour objectif de savoir l'effet entre deux variables (qualitative) par le test de Khi-Deux.

- 1- Croisement de deux variables : Connaissance monde des affaires * Savoir entreprendre :
Faible signification

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
khi-deux de Pearson	6,652 ^a	4	,155
Rapport de vraisemblance	8,153	4	,086
N d'observations valides	34		

a. 6 cellules (66,7%) ont un effectif théorique inférieur à 5.
L'effectif théorique minimum est de ,82.

Tableau 5.1 : Test du Khi-deux

D'après la probabilité khi-deux Pearson : est de 15%, ce résultats est largement supérieur à 5%.

On peut conclure l'acceptation de l'hypothèse H0 : Il n'y a pas une association entre les variables et une indépendance entre eux. Donc les deux variables Connaissance monde des affaires et savoir entreprendre sont deux variables indépendantes.

- 2- Croisement de deux variables : Capacité d'exprimer des idées * Ambition d'entrepreneur : Faible à moyenne significativité.

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
khi-deux de Pearson	2,910 ^a	4	,573
Rapport de vraisemblance	3,464	4	,483
N d'observations valides	34		

a. 7 cellules (77,8%) ont un effectif théorique inférieur à 5.
L'effectif théorique minimum est de ,71.

Tableau 5.2 : Test du Khi-deux

La probabilité de Khi-deux de Pearson (57,3%) est largement supérieur à 5%, donc l'acceptation de l'hypothèse H0 ce qui signifie une absence d'association et indépendance entre ces deux variables Capacité d'exprimer des idées et Ambition d'entrepreneur.

RESULTAT 1/ PERCEPTION DES ETUDIANTS UM5 RABAT EST ANCREE SUR DES FACTEURS EXPLICATIFS :

Les facteurs explicatifs ou déterminants sont :

1. Choix de jeune âge
2. Parcours

3. Etudes et leur nature
4. Enseignant,
5. Choix du stage,
6. Accompagnement
7. Tutorat

Les étudiants de L'UM5 nous ont dessiné un schéma de pensées et de perception comme suit :

1. Font des choix de jeunesse dont l'impact est décisif (ils le savent trop bien même !)
2. L'entrepreneuriat de parcours peut être un accident mais révélateur d'idées innovantes (stages professionnels, projets tutorés, en l'occurrence)
3. Les étudiants qui quittent les murailles de l'université en excursion et en visite du monde professionnel se retrouvent les yeux plus ouverts et penchés vers la création (l'idéal-type l'utopique recherché!)
4. L'enseignant est à lui seul un paramètre déterminant, il peut influencer le candidat pour un lancement dans un projet
5. Le choix du stage dans le privé, les multinationales, les PME, les fondations et les associations peut se révéler un déterminant majeur (point d'inflexion) pour la création d'entreprendre!
6. Les expériences de projets lancés innovants de la part des étudiants du Master GEMP M2, notamment avec MME ALAOUI, BAHYAOUI et BENNANI de INJAZ AL MAGHRIB peut être un témoignage de cette propension à créer à partir d'une idée émergente chez un groupe d'étudiantes assistées par des professeurs en 2019.

RESULTAT 2 / AVANT « CLE » & APRES formation « CLE »

1. Une formation qualifiante est nécessaire aux étudiants créateurs
2. Une formation avec des séquences de production et de simulation s'impose dans les formations universitaires de l'entrepreneuriat
3. Une formation en entrepreneuriat (CLE) permet d'orienter l'étudiant vers des attitudes de création d'entreprise.

AVANT CLE

1. Frustration quant à l'acte de création
2. Difficultés affichées notamment de financement et de connaissances
3. Le juridique fait défaut et erreurs de parcours en sus de la faiblesse d'encadrement témoignent de l'enjeu de la création chez nos étudiants
4. Des échecs langagiers et de communication (langue de style, ...)
5. Des carences en termes de soft-skills peuvent être un obstacle devant l'acte d'entreprendre

APRES CLE :

1. Des réponses ont changé de profilage à la suite de la formation
2. La perception des étudiants a véritablement changé (sur certains paramètres du rejet vers l'accord)
3. La sensibilité post-formation CLE témoigne de l'agilité gagnée et de la souplesse de l'étudiant qui a vite compris des vertus et des attitudes situationnelles certains préceptes majeurs de la création.

• EVIDENCES EMPIRIQUES / LOT N°1 : VAR. ATTITUDINALES

1. Avoir une idée géniale est un levier de succès de l'acte d'entreprendre.
2. Quand le jeune étudiant est ambitieux et carriériste, il a tendance à choisir une profession libérale et risquée.
3. Plus le lauréat est risquo-phile, mieux il sera amené à se lancer dans une création.
4. La curiosité à l'avis des étudiants sondés n'est pas significative à elle seule.
5. Plus l'étudiant a une capacité de convaincre, mieux il sera placé pour défendre son projet de création.
6. L'écoute des collaborateurs constitue au sens du sondage des opinions réalisé une clé de succès et de motivation pour création d'une entreprise.
7. La capacité d'exprimer des idées à voix haute est un signal d'une future personnalité créatrice et persévérante.
8. Il a été considéré que la prise d'initiatives est au cœur des succès des créations qu'a connu l'université.
9. Les étudiants qui ont une admiration pour les créateurs ont une propension à développer un réflexe de créateur.

• EVIDENCES EMPIRIQUES / LOT N°2 : VAR. TECHNIQUES

1. Un membre de la famille entrepreneur ou exerçant une profession libérale peut justifier chez l'étudiant questionné une personnalité pro-risque.
2. Disposer de l'idée de création est une raison significative pour réussir la création effectivement.
3. Le bénéfice d'un cours en entrepreneuriat est une raison déterminante pour se lancer
4. Les étudiants qui ont un savoir entreprendre plus avancé (licence+Master) ont tendance à adopter l'esprit de l'entrepreneuriat.
5. La majorité perçoit l'entrepreneuriat comme résultat de planification plutôt que de la chance.
6. Formation CLE est une bonne initiative qui s'est révélée déterminante pour nombre d'étudiants et de filières ou les étudiants ont bénéficié de cours en la matière
7. Une bonne connaissance du monde des affaires permet aux étudiants de réussir l'acte constitutif et la gestion statutaire d'une vie en société.
8. Plus les étudiants perçoivent l'importance des PME dans la création d'emploi plus ils ont tendance à créer une affaire.

• EVIDENCES EMPIRIQUES / LOT N°3 : VAR. SOCIO-CULTURELLES

1. Les jeunes étudiants UM5R préfèrent entreprendre de jeune âge (plus ils avancent dans les études moins ils ont l'engouement pour ébranler leur stabilité en choisissant le risque d'entreprendre).
2. La profession des parents est une raison à elle seule pour développer un esprit d'entrepreneur futur.
3. Les étudiantes ont plus de penchant vers l'animation, l'autonomie et les projets, voire les affaires (donc la création d'entreprise)
4. La connaissance de créateurs est vue comme un moyen de désirer la création
5. La consultation des amis pour décision peut être une occasion de trouver des raisons de création et des associés en l'occurrence (source de conviction)
6. Plus un étudiant prend place dans le groupe mieux il sera prêt à développer une entreprise
7. La création vue comme alternative peut s'avérer un obstacle à la création d'entreprise tant qu'elle n'est pas choisie pour soi

Conclusion

La principale conclusion de ce papier est qu'il y a un impact des formations en entrepreneuriat sur l'intention d'entreprendre au sein de l'université Mohammed V de Rabat. Cet effet positif conforte les investissements pédagogiques, matériels et humains mobilisés dans ce sens par l'établissement d'enseignement supérieur (Faculté Souissi). Aussi, la mise en place de formations entrepreneuriales dans leurs phases de spécialisation et d'accompagnement est à ce titre, à fort impact sur l'intention de créations d'entreprise. La question posée est dans quelles mesures peut-on améliorer les dispositifs des formations entrepreneuriales dans une perspective de développement de l'intention de création chez les jeunes étudiants de l'université Mohammed V de Rabat ?

Enfin, les dispositifs sont à promouvoir dans le sens de la construction de dispositifs encourageant les jeunes à la création notamment ;

- a) Les pédagogies sont à orienter davantage vers l'émergence de projets de création ;
- b) L'encadrement et l'appui des projets exigent une implication plus importante du corps enseignant (jeux de rôles, simulations, devoirs versant dans la créativité, réunion avec des professionnels, stages, etc) ;
- c) Les sorties en dehors de l'université, créateurs de valeur nouvelle pour les jeunes, à même de leur fournir une capacité d'initiative privée, qu'ils n'ont pas initialement mais pourront développer par apprentissage (learning by doing) ;
- d) Le développement de contact avec les entrepreneurs et du partenariat au profit des jeunes pour promouvoir l'intention de création chez les étudiants ;

Par ailleurs, nous avons conclu le lien non garanti entre la perspective processuelle de l'intention entrepreneuriale et du processus de création d'entreprise. Puisque peu d'étudiants ont pu créer leur entreprise ou affaire. Ce lien mériterait une étude exploratoire plus poussée. Comme l'avait démontré Gauthier²¹, il n'est pas vrai que toute intention, même suffisamment forte, peut servir de garantie que l'acte correspondant sera bien réalisé.

Il est judicieux d'admettre que :

- L'intention de l'étudiant de l'université est évolutive selon le développement des compétences par les études et la formation entrepreneuriale prestée dans les universités.
- Le constat final est que les étudiants formulant l'intention d'entreprendre ne passent pas de suite à l'acte de création.
- Le passage à l'acte intervient souvent des mois, voire des années, après la naissance de l'idée. En outre, seule une faible partie des étudiants qui aspirent entreprendre crée effectivement leur entreprise.

Somme toute, l'acte d'entreprendre nécessite plus que des facteurs œuvrant vers le comportement ou l'attitude intentionnelle. L'acte d'entreprendre est avant tout une création effective à concrétiser sur le terrain.

²¹Gauthier, 1997 : 64

Bibliographie :

Bratman M.-E., « *Intention partagée et obligation mutuelle* », in : Dupuy J.-P., Livet P., (sous la direction de), *Les limites de la rationalité : rationalité, éthique et cognition*, Tome 1, Editions La découverte, 1997, p. 246-266.

Bruyat C., *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), ESA, 1993, 431 pages.

Churchill G.A., « A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs », *Journal Of Marketing Research*, 1979, vol. 16, p. 64-73.

Davidsson P., « Determinants of entrepreneurial intentions », *RENT IX Workshop*, Piacenza, Italy, nov. 23-24, 1995.

De Noble A.F., Jung D., Ehrlich S.B., « Entrepreneurial self-efficacy : the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1999.

Desportes F., Le Gunehec F., *Le nouveau droit pénal : droit pénal général*, tome 1, 4^e édition, EditionsEconomica, 1997, 882 pages.

Douglas E.J., « Entrepreneurship as a career choice : attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization », *Frontiers of Entrepreneurship Resarch*, Babson College, 1999.

Emin S., *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), ESA, novembre 2003, 447 pages.

Evrard Y., Pras B., Roux E., Choffray J.-M., Dussaix A.-M., *Market : Etudes et Recherches en Marketing — Fondements, Méthodes*, 2^e édition, Edition Nathan, Paris, 1997, 672 pages.

Gauthier D., « *Intention et délibération* », in : Dupuy J.-P., Livet P., (sous la direction de), *Les limites de la rationalité : rationalité, éthique et cognition*, Tome 1, Editions La découverte, 1997, p. 59- 75.

Gergen K.-J., Gergen M.-M., Jurtas S., *Psychologie sociale*, EditionsEtudes Vivantes, Québec, 1992, 551 pages.

Giannelloni J.-L., Vernet E., *Etudes de marché*, Paris, Edition Vuibert, 1995, 482 pages.

Igalens J., Roussel P., *Méthodes de Recherche en Gestion des Ressources Humaines*, Edition Economica, 1998, 207 pages.

Kolvereid L., « Prediction of Employment Status Choice Intentions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1997, vol. 21, n° 1, p. 47-57.

Krueger N.F., Carsrud A.L., « Entrepreneurial intentions : Applying the theory of planned behaviour », *Entrepreneurship and Regional Development*, 1993, vol. 5, p. 315-330.

Krueger N.F., Brazeal D.V., « Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs », *Entrepreneurship Theory and Practice*, spring 1994, p. 91-104.

Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L., « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, 2000, vol. 15, p. 411-432.

Learned K.E., « What happened before the organization ? A model of organization formation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 1992, vol. 17, n° 1, p. 39-48.

McClelland D.C., *The achieving society*, Princeton, D. Van Nostrand, 1961, 512 pages.

Neveu J.-P., *La Démission du Cadre d'Entreprise : Etude sur l'Intention de Départ Volontaire*, Economica, Paris, 1996, 181 pages.

Pradel J., *Droit pénal général*, Editions Cujas, 10^e édition, Paris, 1995, 911 pages.

Rajzman R., « Determinants of entrepreneurial intentions : Mexican immigrants in Chicago », *Journal of Socio-Economics*, 2001, 30, p. 393-411.

Shapiro A., Sokol L., « The social dimensions of entrepreneurship », in *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, inc., Chapter IV, 1982, p. 72-90.

Stefani G., Lévassieur G., Bouloc B., *Droit pénal général*, Editions Dalloz, 16^e édition, 1997, 638 pages.

Tkachev A., Kolvereid L., « Self-employment intentions among Russian students », *Entrepreneurship and Regional Development*, 1999, 11, p. 269-280.

Tounés A., *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 es Sciences de Gestion, Université de Rouen, décembre 2003, 459 pages.

Tounés A., « Enseignement de l'entrepreneuriat en France : un cadre exploratoire », *troisième congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, « Itinéraires d'entrepreneurs », Lyon, 31 mars et 1^{er} avril 2004.

Vallerand R.-J., *Les fondements de la psychologie sociale*, (sous la direction de), Gaëtan Morin, 1994, 888 pages.

Vesalainen J., Pihkala T., « Motivation structure and entrepreneurial intentions », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1999.