1 INTRODUCTION

49 Comme beaucoup d'autres pays africains actuellement, le Cameroun doit faire face au problème du chômage des
50 jeunes, une gangrène planétaire. En effet, beaucoup de diplômés de l'enseignement supérieur sont aujourd'hui
51 sans emploi. Dans le cadre de cette étude, un diplômé de l'enseignement supérieur est entendu comme tout
52 étudiant ayant au moins une Licence et/ou poursuivant les études en cycle de Master ou de Doctorat. Nous
53 nous intéressons à cette catégorie des diplômés qui fait face au choix entre l'entrepreneuriat ou le salariat à la
54 fin de leurs études supérieures. L'insertion sur le marché du travail se fait difficilement. Cette situation trouve
55 ses origines dans le système éducatif (formation/emploi) et bien d'autres facteurs. Le problème d'emploi des
56 jeunes diplômés semble ne pas être traité à l'origine. Dans notre contexte, peu des recherches se sont intéressées
57 à l'étude du comportement entrepreneurial des étudiants. L'analyse des mobiles poussant les étudiants à adopter
58 un comportement d'entrepreneur peut aussi contribuer à les inciter vers l'auto-emploi dès la fin de leurs études.
59 L'entrepreneuriat est au centre de cette vision de l'étude du comportement entrepreneurial des étudiants. La
60 plupart des diplômés de l'enseignement supérieur n'aspire qu'à travailler dans les grandes sociétés leur conférant
61 un rang social. L'esprit de création d'entreprise à ce niveau se trouve mis à l'écart du fait de la formation de
62 base reçue par les jeunes.

63 Il est important pour un pays d'avoir des personnes capables de contribuer activement au développement du
64 tissu économique par leur dynamisme et leurs capacités ou aptitudes créatrices. La formation des entrepreneurs
65 doit donc être une des préoccupations dominantes des milieux de l'enseignement. Mais l'on constate souvent
66 que les diplômés qui semblent a priori les mieux formés pour devenir des entrepreneurs sont relativement peu
67 nombreux à créer des entreprises. Ils préfèrent donc, pour la plupart, la sécurité d'un emploi en tant que cadre
68 administratif, financier, commercial ou technique aux angoisses ou tracasseries d'une création d'entreprise. Pour
69 que l'acte d'entreprendre se concrétise, le plus souvent les étudiants ayant subi des formations en entrepreneuriat
70 se sentent les plus prédisposés. L'intention représente un meilleur prédicteur de l'acte d'entreprendre d'après
71 Kolvereid (1997); Krüeger et Brazeal (1994); Krüeger et al. (2000). Ces auteurs ont montré dans leurs
72 recherches que l'individu doit avoir une volonté d'entreprendre avant la réalisation de son action. Le concept de
73 l'intention entrepreneuriale s'inscrit dans la question de recherche au sein d'un cadre très répandu du champ de
74 l'entrepreneuriat, notamment le modèle des dimensions sociales de l'entrepreneuriat de Shapero et Sokol (1982).

75 Plusieurs modèles ont été utilisés dans la littérature pour l'étude des comportements entrepreneuriaux. En
76 effet, depuis la fin des années 80, ces modèles ont permis de mieux prédire les comportements entrepreneuriaux
77 par rapport autres modèles économiques et socio-démographiques (Bird, 1988 ;Katz et Gartner, 1988 ;Krüeger
78 et Carsrud, 1993). Ces auteurs considèrent que tout comportement intentionnel peut être illustré par l'intention
79 d'avoir le comportement. L'intention précède le comportement voulu par un individu. C'est dans ce sens que
80 Krüeger (2007) estime que derrière chaque acte entrepreneurial, il y a une intention d'entreprendre. Les modèles
81 d'intention expliquent que l'individu ne peut créer une entreprise sans d'abord réfléchir, penser et planifier
82 (Tchagang, 2017). D'après cet auteur, le concept d'intention apparait comme une variable importante pour
83 comprendre le processus entrepreneurial. En effet, cette dernière permet la prédiction des actions futures, la
84 représentation mentale du cours des actions futures et l'engagement proactif pour provoquer ces actions (Bandura,
85 2001). L'intention constitue le lien entre la logique mentale et la logique d'action (Emin, 2003).

86 Cette situation a permis à un certain nombre de recherches en Amérique du Nord (Canada) et même en
87 Europe en milieu universitaire pour la plupart de ces dernières. Ces études ont cherché à comprendre les facteurs
88 explicatifs de l'intention d'entreprendre, soit par les fonctionnaires ou chercheurs (Emin, 2003), soit par les
89 étudiants de façon générale (Kolvereid, 1996 (Krüeger, 2003). En effet, ces modèles permettent de comprendre les
90 attitudes individuelles mais également collective des potentiels entrepreneurs à l'égard de la création d'entreprise
91 (Shepherd et Krüeger, 2002) Ainsi, notre recherche s'inscrit parmi les toutes premières recherches réalisées
92 en contexte camerounais cherchant à identifier les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale en milieu
93 universitaire. Compte tenu du cadre cohérent, simple et robuste (Emin, 2003;Krüeger, 2007) qu'offrent les deux
94 modèles de base dans ce domaine, il nous semble intéressant et judicieux de les utiliser dans notre contexte. Nous
95 relevons également que dans la littérature, ces deux modèles ont jusqu'ici servi de guide pour la compréhension
96 du comportement entrepreneurial à partir des intentions entrepreneuriales auprès des diplômés. En outre, nous
97 relevons que ces études ont été menées dans des contextes économiques et socioculturels très différents de celui
98 des pays en développement comme le cas de notre pays que certains auteurs (Saporta et Kombou, 2000 ;Simo,
99 1998) ont estimé très réfractaire à l'entrepreneuriat (Tchagang, 2017). Nous constatons aussi que le contexte
100 économique de notre pays se trouve classé dans la catégorie des pays à faible revenu par la Banque Mondiale
101 en 2016. En effet, ces derniers sont des pays à économie très instable, marquée par certaines turbulences et une
102 incertitude, conduisant à des emplois essentiellement précaires. Ceci a pour conséquence directe un problème de
103 choix de carrière difficile et compliqué dans ce contexte surtout pour les diplômés de l'enseignement supérieur
104 qui arrivent par milliers chaque année sur le marché de travail (Jones et al., 2008).

105 Notre étude est menée dans un contexte d'hostilité et d'incertitude, en s'appuyant sur les deux modèles
106 de base de l'intention qui nous offre une opportunité de pouvoir comparer les résultats obtenus dans d'autres
107 contextes. Ainsi, elle répond à la nécessité soulignée par Iakovleva et al. (2011) de mener des recherches sur
108 l'intention entrepreneuriale dans les pays en développement afin de construire une fertilisation forte et croisée
109 des connaissances de ce phénomène qui nous intéresse.

110 L'objet de cette recherche est d'identifier les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale en milieu
111 universitaire. L'idée centrale de notre étude consiste à analyser l'influence des variables environnementales,

112 situationnelles et personnelles sur l'intention entrepreneuriale des diplômés. L'état de l'art nous indique que
113 l'intention ne peut être abordée que dans une perspective processuelle qui prend en compte des facteurs personnels
114 et contextuels. Quels sont les déterminants de la formation de l'intention entrepreneuriale des diplômés ? En
115 d'autres termes, quels sont les facteurs qui sont de nature à booster l'esprit de créativité chez les jeunes diplômés
116 de l'enseignement supérieur au Cameroun ? II. Cadre Théorique et Hypothèses de Recherche
117 Cette partie ressort l'étude conceptuelle des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale d'une part et
118 les hypothèses de recherche d'autre part.

119 2 a) Etude conceptuelle de l'intention entrepreneuriale

120 Le cadre théorique de référence pour identifier ces facteurs demeure pour l'ensemble des études, la théorie du
121 comportement planifié d' Ajzen (1991) (Tchagang, 2017).

122 Depuis une quinzaine d'années, les chercheurs en entrepreneuriat accordent une attention croissante au
123 phénomène de l'intention entrepreneuriale (IE). Pour de nombreux auteurs, la création d'une entreprise réclame
124 une certaine planification, ce qui nécessite au préalable une intention de réaliser cette action Shapero et Sokol,
125 (1982) et Bird (1988). Dans ce cadre, il est tentant de supposer que l'IE, comprise comme une volonté
126 d'entreprendre, constitue un excellent indice de prédiction du passage à l'acte. Des auteurs comme Krüeger
127 (1993), Kolvereid (1996) Ajzen (1991) sont les deux modèles qui ont servi, à l'origine, de base scientifique pour
128 les recherches sur la naissance de l'IE. Le premier est propre au champ de l'entrepreneuriat, tandis que le second
129 provient de la psychologie sociale. Tous deux postulent que dans le cadre d'un comportement planifié (dont relève
130 la création d'une entreprise), l'intention est un antécédent de l'acte et constitue donc un excellent indicateur du
131 passage à l'action.

132 Notre travail repose sur la théorie du comportement planifié d' Ajzen (1991) et celui de l'événement
133 entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). L'utilité de ces modèles pour l'acte de création d'entreprise est déjà
134 justifiée par un certain nombre de recherches empiriques (Kolvereid, 1996 La théorie du comportement planifié,
135 issue de la psychologie sociale, confère à l'intention de l'individu la place centrale dans la genèse du comportement.
136 Selon Ajzen (1991), l'intention est un indicateur de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts
137 que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Le but ultime de cette théorie est de
138 prédire les comportements individuels à partir de l'intention. Elle postule que l'intention est déterminée par
139 l'attitude de l'individu, le contrôle comportemental et les normes sociales perçues. L'attitude représente le degré
140 de l'évaluation (favorable ou défavorable) envers le comportement en question. Les normes sociales résultent des
141 pressions sociales perçues par rapport au comportement envisagé. Le contrôle perçu fait référence à la facilité ou
142 la difficulté perçue de réaliser le comportement. Ces trois antécédents de l'intention trouvent leur source dans le
143 concept de croyances (figure ??).

144 Figure ?? : La théorie du comportement planifié d' Ajzen (1991) Source : adapté d' Ajzen (1991) Shapero et
145 Sokol (1982) discutent les dimensions sociales de l'entrepreneuriat et posent un paradigme qui décrit la formation
146 de l'évènement entrepreneurial. Le paradigme se focalise sur la question suivante : comment les membres du
147 groupes, l'environnement social et culturel affecte le choix de devenir entrepreneur et suggère que la formation
148 de l'évènement entrepreneurial est le résultat de l'interaction entre les facteurs situationnels et culturels Shapero
149 et Sokol (1982). Ils posent le postulat que pour qu'une personne initie un changement sérieux dans sa vie, un
150 événement doit venir déclencher une telle décision. Son choix dépendra de trois éléments soit:

151 sa perception de la désirabilité du comportement envisagé (qui se trouve à combiner les deux premières variables
152 du modèle précédent); -sa propension à agir (qui réfère à sa propensité à agir selon ses intentions);

153 sa perception de la faisabilité du comportement, qui rejoint sur un plan conceptuel la troisième variable du
154 modèle précédent. De l'avis de nombreux auteurs (Krüeger et Brazeal, 1994; Krüeger et al., 2000), les modèles
155 d' Ajzen et de Shapero et Sokol ont donné par la suite naissance à d'abondants modèles « hybrides », comme
156 celui de Davidsson (1995) ou encore celui de Autio et al. ??(1997). Cependant, ils se rejoignent presque tous sur
157 le fait que l'intention entrepreneuriale dépendrait de la perception de désirabilité et de faisabilité de l'acte.

158 La première dimension mesure l'attractivité du comportement pour l'individu. La seconde dimension est ce
159 que la personne pense détenir comme contrôle sur le comportement donné. C'est la croyance en ses capacités à
160 réaliser avec succès l'activité. Plus les perceptions de désirabilité et de faisabilité sont fortes et plus l'intention
161 de créer une entreprise est grande. On peut constater des rapprochements du modèle d' Ajzen (1991) avec celui
162 de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), ce qui rend plus clair les propos de la théorie du
163 comportement planifié, appliquée en entrepreneuriat. En effet, le modèle de Shapero et Sokol (1982)

164 3 b) Les hypothèses de recherche

165 Les deux théories majeures prédominant dans le champ de recherche sur l'intention d'entreprendre et le
166 comportement entrepreneurial sont : la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) et la théorie de
167 l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Krüeger et Brazeal (1994) reconnaissent que ces deux
168 théories sont cohérentes. En effet, les deux théories contiennent dans leur modèle les concepts d'autoefficacité
169 (faisabilité) et de désirabilité. Cependant, il existe une divergence entre les deux théories. La théorie de
170 l'évènement entrepreneurial se focalise sur l'aspect individuel tandis que la théorie du comportement planifié

171 se focalise sur l'aspect environnemental (Shook et Bratianu, 2010). A présent dans la suite, nous allons nous
172 intéresser au positionnement de cette intention au sein du grand champ de l'entrepreneuriat.

173 L'intention entrepreneuriale est un élément précédent et déterminant vers la réalisation des comportements
174 entrepreneuriaux (Fayolle et Gailly, 2004; Kolvereid, 1996). La théorie du comportement planifié est une théorie
175 qui peut être appliquée à presque tous les comportements volontaires et elle fournit d'assez bons résultats
176 dans des domaines très divers, y compris le choix de carrière professionnelle (Ajzen, 1991; Kolvereid, 1996).
177 Les modèles d'intention supposent que les variables externes (caractéristiques démographiques ou de fond)
178 ne touchent pas directement à l'intention d'accomplir un comportement donné, ou le comportement lui-même
179 (Ajzen, 1991). Kolvereid (1996) retient l'approche qui consiste à considérer ce qu'Ajzen et Fishbein appellent
180 une intention de choix (« choice intention »). Cette approche fait référence au choix entre poursuivre une
181 carrière entrepreneuriale et une carrière salariale. Pour notre part, nous retiendrons la perspective conative
182 (comportementale) de l'intention, le concept d'intention signifie « intentions to perform a behavior » (Ajzen et
183 Fishbein, 1980). L'intention met en relation la préférence de l'acte et les comportements. La préférence de l'acte
184 Year 2020 () A prédit donc les intentions qui à leur tour prédisent les comportements (Ajzen et Fishbein, 1980).

185 La perception de désirabilité de l'acte fait référence aux systèmes de valeurs individuelles. D'après Shapero,
186 elle se construit par l'influence de la culture, la famille, des pairs, et des contextes professionnels (collègues)
187 et scolaires (mentor). Selon Shapero et Sokol, les "déplacements positifs" et les "situations intermédiaires"
188 influencent le système de valeurs des individus et par là même, leurs perceptions de désirabilité. Shapero (1975)
189 observe que les créateurs/repreneurs d'entreprise ont subi un "choc" dans leur vie privée ou professionnelle qui
190 a éveillé en eux le désir d'entreprendre mais le désir ici peut être le résultat d'une formation. D'où l'hypothèse
191 suivante : H 1 : Plus la désirabilité perçue est favorable, plus élevée sera l'intention entrepreneuriale des diplômés
192 de l'enseignement supérieur.

193 La faisabilité exige des perceptions que les obstacles soient surmontables et que les ressources soient disponibles
194 (Krüeger et Brazeal, 1994). En effet, selon Krüeger et Freiberg (1977), une ressource potentielle ne devient
195 mobilisable que si elle est perçue. Les perceptions qu'ont les étudiants des facilités ou des difficultés d'accès
196 aux informations, conseils et moyens financiers pour affiner et éventuellement concrétiser leurs idées ou leurs
197 projets sont des composantes des perceptions du contrôle comportemental qui peuvent agir sur l'intention
198 entrepreneuriale.

199 La faisabilité se construit sur les perceptions des variables de soutien et d'aides de différente nature. La
200 disponibilité des ressources financières influence directement la propension à entreprendre selon Shapero et Sokol
201 (1982). Celle-ci peut être générée par les économies personnelles de l'individu et par les apports de la famille,
202 mais aussi par les membres du groupe dans le cas des ethnies. La presse spécialisée, l'aide du conjoint ou d'amis
203 proches, les conseils et la formation à la création d'entreprise, notamment les programmes et les formations en
204 entrepreneuriat, agissent aussi sur les perceptions de faisabilité. A la lecture de ce modèle, qui selon Krüeger et
205 Carsrud (1993) et Krüeger et al. (2000) est implicitement fondé sur l'intention, nous comprenons que pour agir
206 sur cette dernière, il faut aussi favoriser les perceptions de la faisabilité des individus.

207 Ainsi, nous formulons l'hypothèse suivante: H 2 : Plus la faisabilité perçue est favorable, plus élevée sera
208 l'intention entrepreneuriale des diplômés de l'enseignement supérieur.

209 La démarche méthodologique adoptée pour tester les hypothèses de recherche formulées est détaillée dans la
210 section suivante.

211 4 III.

212 5 Cadre Méthodologique

213 La présente recherche s'inscrit dans une posture épistémologique positiviste. Cette dernière nous a conduit au
214 choix d'une approche hypothético-déductive. En effet, cette approche consiste à émettre des hypothèses à partir
215 de la littérature existante qui sont ensuite testées à l'épreuve des faits. Dans cette partie, nous présentons tout
216 d'abord la méthode d'échantillonnage retenue ainsi que l'instrument de collecte de données, ensuite les outils
217 d'analyses statistiques utilisés et enfin, la mesure des variables de recherche.

218 6 a) Echantillonnage, collecte et traitement de données

219 Dans la plupart des recherches sur l'intention entrepreneuriale, l'échantillon de l'étude porte généralement sur
220 les étudiants en gestion (Kolvereid, 1996 ; Krüeger et al., 2000 ; Tounès, 2003, Boissin et al., 2006, 2009). Notre
221 échantillon de référence dans de cette recherche concerne a priori les étudiants issus des différentes facultés des
222 sciences économiques et de gestion et d'autres institutions de management. Ceux-ci reçoivent de formation en
223 outils de gestion et même parfois des enseignements en entrepreneuriat ou en création d'entreprise. La vérification
224 des hypothèses de recherche à partir des faits observables auprès des individus concernés, est la base fondamentale
225 de toute démarche scientifique. Il s'agit d'atteindre des résultats généralisables sur l'ensemble de la population
226 cible ayant la portée la plus vaste possible (Grawitz, 1996) Comme pour les variables indépendantes, l'ACP de la
227 variable dépendante a ressorti une seule composante devant nous permettre de réaliser notre analyse de régression
228 linéaire multiple en toute satisfaction vue les valeurs d'Alpha de Cronbach et de l'Indice KMO.

229 7 c) Analyses et discussions des résultats

230 Dans cette dernière partie, il s'agit de présenter les résultats obtenus à l'issu de nos analyses statistiques d'une
231 part et d'autre part les discussions de ces résultats.

232 8 d) Présentation des résultats de recherche e) Le test de 233 corrélation bi variée

234 Notre modèle économétrique est obtenu à partir des variables retenues pour l'explication de la formation de
235 l'intention entrepreneuriale. Il s'agit de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue dans l'adoption du
236 comportement entrepreneurial par les jeunes diplômés de cette recherche. Après avoir réalisé les différentes
237 analyses en composantes principales sur les items de mesure de ces variables, nous avons obtenu trois facteurs pour
238 continuer nos analyses de régressions. Le tableau ci-après donne la distribution de l'ensemble des coefficients de
239 corrélation entre les variables en question: Cette présentation est faite d'une part sur les résultats de la corrélation
240 bi variée et sur l'ajustement global du modèle de la régression linéaire d'autre part. Suite à ces résultats, nous
241 pouvons de se rassurer que les variables ont des coefficients de corrélation inférieurs à 0,8 et cela nous permet de
242 dire que ces dernières sont hétérogènes. Ainsi, nous pouvons continuer avec ces variables pour nos analyses de
243 régression linéaire multiple pour la vérification de nos hypothèses de recherche.

244 Après ces analyses préliminaires confirmatoires qui nous ont permis de réaliser des ACP sur l'ensemble des
245 variables de recherche et de faire des tests de corrélations bi-variées, nous aboutissons à des résultats promettant.
246 Dans la sous-section suivante, nous allons passer à la validation empirique de notre modèle de recherche à l'aide
247 des analyses de régressions linéaires multiples.

248 9 f) Ajustement du modèle économétrique

249 Dans cette sous-section, nous allons illustrer à l'aide de la régression linéaire multiple, les déterminants de
250 l'intention d'entreprendre par ces jeunes diplômés tout en précisant le facteur le plus déterminant. Le tableau
251 suivant présente la synthèse de ce modèle de régression linéaire multiple: a. Variable dépendante : Intention
252 entrepreneuriale L'analyse des valeurs de ce coefficient indique que la désirabilité perçue (0,672) est la variable
253 qui explique le mieux l'intention d'entreprendre par les jeunes diplômés par rapport à la faisabilité perçue (0,321).

254 Pour se rassurer du poids des variables qui influencent significativement l'intention entrepreneuriale nous avons
255 réalisé un test de Student sur chaque coefficient de régression. Ce test permet de préciser la contribution des
256 coefficients à la significativité du modèle de régression. Il ressort donc que des valeurs affichées par le t de
257 Student sont très élevées et significatives pour la désirabilité perçue (25,652) ainsi que pour la faisabilité perçue
258 (12, ??29). Nous pouvons conclure que pour l'ensemble de ces variables explicatives les coefficients de t de
259 Student sont significatifs.

260 A la lecture de ces résultats et au regard des hypothèses formulées dans le cadre de cette recherche, nous
261 pouvons dire que la désirabilité perçue des jeunes diplômés est significativement corrélée à leur intention
262 entrepreneuriale, validant ainsi l'hypothèse H 1 . Il existe également un lien significatif entre la faisabilité
263 perçue et l'intention d'entreprendre de ces derniers, ce qui nous permet de valider l'hypothèse H 2 .

264 Le modèle économétrique global de la recherche qui ressort du tableau ci-dessus peut s'écrire de la forme
265 suivante: Avec : Y = Intention entrepreneuriale ; X 1 = Désirabilité perçue ; X 2 = Faisabilité perçue ;

266 (.) = t de Student. L'examen de ce modèle de la régression linéaire multiple ressort qu'il y a un lien très
267 significatif entre le désir de créer des jeunes diplômés ainsi que leur faisabilité entrepreneuriale sur leur intention
268 d'entreprendre. En effet, nous remarquons que les valeurs de t Student sont supérieures à 2 pour toutes les
269 variables explicatives et très significatives au seuil de 0,000. Ensuite, le sens de la relation est vérifié par les
270 signes des « bêtas » qui sont tous positifs confirmant l'effet positif des variables explicatives sur la variable
271 expliquée. Enfin, s'appuyant sur la valeur de ces indices, il ressort une hiérarchisation du poids d'explication de
272 chaque variable indépendante dans le modèle global. Ainsi, il apparaît que la désirabilité perçue explique plus
273 fortement la variable dépendante (intention entrepreneuriale) par rapport la faisabilité perçue de se lancer en
274 entrepreneuriat.

275 10 IV.

276 11 Discussions

277 L'analyse des résultats de cet article permet de confirmer d'emblée que la désirabilité perçue et la faisabilité perçue
278 constituent des facteurs importants dans la formation de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés dans
279 notre contexte de recherche. Ainsi, nous confirmons le postulat central défendu par cette étude. Ces résultats
280 issus de nos analyses confirment bien que le désir d'entreprendre et la maîtrise du processus de création sont des
281 facteurs qui améliorent la formation de l'intention d'entreprendre des jeunes diplômés ; ce qui valide l'hypothèse
282 centrale de notre recherche. Ces résultats rejoignent les opinions défendues par la littérature sur les questions de
283 l'intention entrepreneuriale des étudiants dans des contextes bien différents (Kolvereid, 1996;Tkachev et Kolvereid,
284 1999 ;Filion, et al., 2002 ;Tounès, 2003 ;Emin, 2003 ; ??udet, 2003 Cette recherche consiste à s'interroger sur la
285 préférence de l'acte qu'ont les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur vis-à-vis de la création d'entreprise,

13 IMPLICATIONS THÉORIQUES:

286 et sur la manière dont elle peut influencer leurs intentions entrepreneuriales après leurs études. Dans ce cadre,
287 l'intention de créer une entreprise est supposée dépendre de deux éléments indispensables : la désirabilité perçue
288 et la faisabilité perçue. Suite aux résultats de la régression linéaire multiple, l'attrait que représente la création
289 d'entreprise (la désirabilité) et la perception d'aptitude à mener à bien une entreprise (la faisabilité) sont deux
290 éléments indispensables à la $Y = -1,381 E-16 + 0,672X$ A la lumière aussi de nos résultats, la sensibilisation
291 et la formation en entrepreneuriat doit délivrer les compétences techniques en matière d'entrepreneuriat, mais
292 doit aussi et surtout favoriser l'image de l'entrepreneuriat comme un acte attractif. Les chercheurs intéressés
293 aux théories de l'intention supposent la similitude entre la théorie du comportement planifié et la théorie de
294 l'évènement entrepreneurial (Krüeger, 1993;Tounès, 2003;Emin, 2003;Audet, 2001 ;Fayolle et al., 2006). En effet,
295 la perception de la désirabilité (ou du degré d'attrait perçu pour un comportement) a été assimilée au concept de
296 la norme sociale perçue et à celui de l'attitude envers le comportement planifié développés par Ajzen. La faisabilité
297 (ou la perception des variables de soutien et d'aides de différentes natures), à son tour, a été renvoyé au concept
298 du contrôle perçu de la théorie du comportement planifié d'Ajzen. Considérant notre échantillon de recherche
299 constitué uniquement des étudiants issus des filières économie et gestion, nous avons intégré la sensibilisation et
300 la formation en . Ces différences pourraient mettre en évidence un effet culturel et la spécificité des populations
301 interrogées. entrepreneuriat comme antécédent à la fois de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue.
302 V.

303 12 Conclusion

304 L'objectif de cet article était d'évaluer l'influence de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue par les jeunes
305 diplômés sur la formation de leur intention entrepreneuriale. Les résultats d'une étude quantitative réalisée
306 auprès de 490 jeunes diplômés issus des diverses universités camerounaises confirment tout à fait notre postulat
307 général de recherche. En effet, ces résultats nous permettent de conclure que ces deux facteurs (désirabilité et
308 faisabilité) sont incontournables sur le développement de l'intention d'entreprendre chez nos jeunes diplômés. Il
309 découle donc de cette étude des implications tant théoriques que pratiques tout en ressortant quelques limites et
310 axes futurs de recherche.

311 13 Implications théoriques:

312 Nous pouvons peut-être dire qu'aujourd'hui, aux Etats-Unis, le champ a fait sa percée, a gagné son autonomie.
313 En France, le champ de l'entrepreneuriat a évolué bien qu'il n'est pas encore tout à fait marginal. N'est-il
314 pas surprenant que la recherche en entrepreneuriat soit faiblement réalisée dans les pays en développement
315 comme le cas du Cameroun. Notre recherche est considérée parmi les premières à s'intéresser à l'intention
316 entrepreneuriale dans notre contexte et à dynamiser la recherche en entrepreneuriat en suscitant les jeunes
317 diplômés de l'enseignement supérieur. Ces contributions se situent au niveau entrepreneurial et au niveau des
318 modèles d'intention :

319 Au niveau du champ de l'entrepreneuriat: Cette recherche a permis d'analyser l'intention entrepreneuriale
320 au sein du champ de l'entrepreneuriat. Cette étude renseigne sur le profil des étudiants diplômés lorsqu'ils
321 considèrent la possibilité de créer une entreprise, et sur les déterminants de la création avant que celle-ci ait
322 lieu. Elle comble une des lacunes de l'entrepreneuriat des jeunes diplômés dans notre contexte. Nous avons aussi
323 pensé au positionnement de l'approche intention au carrefour de différentes approches de l'entrepreneuriat. Par
324 ailleurs, cette recherche pose un éclairage sur la dynamique et la complexité processuelle de l'entrepreneuriat.
325 En effet, au-delà des facteurs psychologiques, le phénomène est étudié sous l'angle de la conjonction de facteurs
326 sociaux, culturels, institutionnels et économiques (Tounès, 2003).

327 Dans cette recherche, l'intention d'entreprendre est envisagée dans le sens d'une connaissance sociocognitive
328 qui s'encastre dans un contexte socioculturel et économique précis. Notre étude a aussi permis de valider, dans
329 le contexte camerounais et dans le cadre particulier des étudiants de la filière « Economie et Gestion », la
330 modélisation de Shapero proposée par Krüeger (1993). Les travaux de Shapero, fondateurs dans notre domaine
331 de recherche, n'avaient pas encore suffisamment été testés empiriquement sur notre territoire. La théorie du
332 comportement planifié n'a pas été totalement validée auprès des étudiants de l'échantillon final. L'intention de
333 ces étudiants dépend partiellement de la désirabilité entrepreneuriale. Dans ces sens, l'intention ne dépend pas
334 toujours de la désirabilité et de la faisabilité perçues.

335 Enfin, nous avons exploré les contributions relatives des différentes variables influençant l'acte entrepreneurial.
336 Nous avons montré, que dans le contexte particulier des étudiants, le degré de désirabilité contribue davantage
337 à la prédiction de l'intention entrepreneuriale que des perceptions de faisabilité. Ce résultat est d'autant plus
338 intéressant qu'il est contraire à ceux obtenus par Krüeger dans son test du modèle de Shapero aux Etats-Unis
339 sur une population d'étudiants en fin de cursus universitaire. Audelà, notre contribution repose aussi sur l'étude
340 en profondeur des déterminants de la désirabilité et de la faisabilité.

341 Au niveau du modèle d'intention: Notre modèle de recherche puise ses sources dans différentes disciplines
342 commel' entrepreneuriat (modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol, 1982) et de la psychologie
343 sociale (la théorie du comportement planifié d'Ajzen, 1991). Il témoigne, ainsi, du regard multipolaire (Verstraete,
344 2001) et du caractère interdisciplinaire de cette recherche. L'apport théorique de cette étude se caractérise
345 par la singularité du modèle proposé au regard de la littérature existante. Notre modèle est appréhendé

346 en combinant les deux théories principales de l'intention, la théorie du comportement planifié et la théorie
347 de l'évènement entrepreneurial, en respectant la spécificité de chaque variable. Contrairement aux différents
348 auteurs (Emin, 2003;Tounès, 2003;Fayolle, 2004) qui jugent la ressemblance des deux théories, nous considérons
349 la complémentarité de ces deux théories mobilisées.

350 14 Implications pratiques

351 Les principales conclusions de ce travail de recherche proposent des instruments capables de faciliter les pratiques
352 des différents acteurs impliqués au niveau du processus amont de la création d'entreprise. Notre recherche apporte
353 des connaissances confortant les investissements pédagogiques engagés par l'Etat et les universités camerounaises.
354 Lorsque l'intention entrepreneuriale se forme, qu'elle se concrétise (de suite ou de façon différée) ou non, une
355 réponse positive est fournie sur l'influence de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue sur le processus de
356 passage à l'acte (Tounès, 2003).

357 Les intérêts pratiques de cette recherche se traduisent également en termes ??e Les implications théoriques et
358 pratiques ayant été présentées, nous allons à présent exposer les limites de ce travail de recherche.

359 15 Limites de la recherche

360 L'une des principales limites de cette recherche est qu'elle ne s'inscrit pas dans une perspective longitudinale,
361 qui aurait permis de mieux voir la dynamique du changement et l'évolution de l'impact de la désirabilité et de
362 la faisabilité sur l'intention entrepreneuriale. Ce critère prend d'autant plus d'importance vu que l'intention est
363 évolutive selon les circonstances; des facteurs contingents sont susceptibles de la modifier, et par là même d'agir
364 sur la séquence intention-acte et "désorienter" de la sorte, la direction indiquée par l'intention. Ainsi, le passage
365 d'une logique d'intention à une logique d'action (l'acte de création) est difficile à appréhender. Même si l'état des
366 connaissances actuelles permet de poser l'hypothèse de stabilité temporelle de l'intention, force est de constater
367 que le décalage entre l'action et l'intention pourrait empêcher cette dernière de se réaliser. Bien que les facteurs
368 formant les intentions entrepreneuriales aient pu être identifiés, le lien entre les intentions et le passage à l'action
369 n'a pas encore été explorée dans le cadre de ce travail.

370 Une des limites aussi des modèles d'intention est que «ces modèles occultent la question de l'opportunité de
371 création, probablement parce qu'il est difficile de positionner celle-ci dans un enchaînement causal impliquant
372 l'intention » . La découverte d'une opportunité de création est-elle un antérieur à l'intention? Dans sa
373 modélisation du processus entrepreneurial, Bhavé (1994) distingue deux types de reconnaissances d'opportunité
374 : à stimulation externe versus à stimulation interne. Dans le cas de la reconnaissance à stimulation interne,
375 l'intention de créer une entreprise précède l'identification d'une opportunité. Dans le cas de la reconnaissance
376 d'opportunité à stimulation externe, l'entrepreneur a identifié une opportunité (nouveaux besoins ou de nouveaux
377 problèmes à résoudre sur un marché), et développe ensuite l'intention entrepreneuriale nécessaire pour exploiter
378 cette opportunité. Notre recherche ne prend pas en compte cette double configuration, car elle n'intègre pas
379 la notion d'opportunité. Elle se focalise sur l'explication de l'intention entrepreneuriale des étudiants qui ne
380 passeront pas nécessairement à l'acte.

381 16 Axes futurs de recherche

382 Les limites précédemment évoquées suscitent différentes pistes de recherche. Nous en avons souligné quelques-
383 unes au cours de paragraphes précédents. Deux voies majeures nous semblent être, à présent, développées. Elles
384 concernent le prolongement de la présente recherche et l'application à d'autres contextes des modèles d'intention.

385 En premier lieu, s'imposera une étude longitudinale sur le lien intention-acte de création, afin de vérifier la
386 stabilité temporelle de l'intention. En fait, le prolongement principal de cette recherche repose sur l'étude du
387 passage à l'acte et au-delà, de l'engagement des jeunes diplômés dans la carrière entrepreneuriale. Nous avons
388 identifié quelques-uns qui avaient l'intention de participer à la création d'une entreprise, à plus ou moins long
389 terme. Il nous est donc maintenant possible d'étudier en profondeur le passage à l'acte réel de ces derniers.
390 En effet, l'intérêt principal de la théorie du comportement planifié repose sur sa capacité finale à prédire des
391 comportements. Il nous reste à savoir combien des étudiants ont réellement franchi le pas et qu'est-ce qui a
392 démotivé ceux qui n'ont pas finalement agi.

393 Notre recherche s'enrichirait également de la comparaison de notre population avec celle des étudiantes femmes.
394 Une telle étude permettrait de faire le point sur les différences et les ressemblances de l'intention entre les deux
395 sexes. Surtout à l'heure où la gent féminine se voit de plus en plus se substituer aux tâches que les hommes sont
396 sensés le faire dans notre contexte. Pour tester la validité externe des échelles que nous avons développées, il
397 est indispensable de varier les échantillons. Dans ce cadre, le modèle de Shapero et la théorie du comportement
398 planifié pourraient être utilisés pour étudier d'autres contextes. La prise en compte du rôle des cultures nationales
399 dans le phénomène étudié serait intéressante en vue de faire progresser les connaissances sur l'efficacité et le poids
400 des divers programmes de formation en entrepreneuriat sur les trajectoires des individus. Ainsi, elle répond à la
401 nécessité soulignée par Iakovleva et al. (2011) de mener des recherches sur l'intention entrepreneuriale dans les
402 pays en développement afin de construire une fertilisation forte et croisée des connaissances de ce phénomène qui
403 nous intéresse.

404 Enfin, dans les prochaines réflexions, il nous semble aussi intéressant d'analyser les effets modérateurs des
405 variables sociodémographiques par exemple des jeunes diplômés sur leur intention d'entreprendre. C'est à ce
niveau que nous pourrions faire appel aux équations structurelles non utilisées dans le cadre de cette recherche.

Figure 1:

406 1 2
407

¹© 2020 Global Journals

²83% estiment, seraient certainement ou plutôt entrepreneur contre 22% qui estiment que la probabilité qu'ils deviennent entrepreneurs est forte ou très forte

déclenchement de la création d'entreprise se caractérise par l'apparition de facteurs contextuels perturbant la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel, ce qui contribue à précipiter la décision entrepreneuriale. Cependant, pour que la décision entrepreneuriale soit prise effectivement, elle doit être perçue par l'entrepreneur potentiel comme désirable et faisable. La perception de la désirabilité est à rapprocher du concept d'attitude (élément personnel) et de celui de la norme sociale (élément social) du modèle d'Ajzen. La faisabilité perçue renvoie au concept du contrôle perçu de ce modèle d'Ajzen. Au final, selon ces deux modèles, pour une émergence de l'intention entrepreneuriale chez des étudiants, l'entrepreneuriat devrait être perçu par ces derniers comme un choix de carrière désirable et faisable.

La lecture attentive de la littérature permet de constater la présence de plusieurs études empiriques testant les modèles d'intention en entrepreneuriat dont la majorité porte sur une population estudiantine. Le

choix d'une population étudiante pour tester les modèles d'intention se justifie par plusieurs raisons:

-Dans un premier temps, les étudiants doivent faire face à un choix de carrière, surtout ceux en dernière année universitaire (BAC+5). L'entrepreneuriat et le contrat de travail salarié sont considérés comme deux solutions professionnelles possibles;

-De plus, des chercheurs trouvent toutes sortes de préférences parmi des étudiants afin de vérifier et de tester les variables qu'ils retiennent;

-Enfin, cette population représente un réservoir important d'entrepreneurs potentiels. L'examen de ces travaux aboutit aux observations suivantes:

-Les modèles de la théorie du comportement planifié et l'événement entrepreneurial (Krüeger, 1993) sont devenus des modèles de référence, car les résultats obtenus ont été très satisfaisants. La variance de l'intention entrepreneuriale expliquée se situe en général autour de 50 %. Ces modèles sont aussi ouverts à l'ajout de variables adaptées au contexte

d'étude pour en améliorer la variance totale expliquée;

-Comme Ajzen (1991) le préconise, le poids explicatif de chacune des trois variables (attitude, norme sociale et contrôle perçu) change en fonction du contexte d'étude. À titre d'exemple, le poids explicatif de « l'attitude » est plus grand que celui du « contrôle perçu » selon les résultats d'Emin et al. (2005). Au contraire, le « contrôle perçu » contribue davantage

à l'explication entrepreneuriale des étudiants dans les travaux de

Kolvereid (1996). Dans tous les cas recensés, les

deux variables (attitude et contrôle perçu) expliquent de façon significative l'intention entrepreneuriale;

à l'explication

b) Mesure des variables de recherche

Cette étude est composée de trois variables phares à savoir : la désirabilité perçue et la faisabilité perçue qui sont les variables indépendantes et l'intention entrepreneuriale qui représente la variable dépendante. Les questions concernant ces variables sont mesurées sur une échelle de Likert à 5 points de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord ».

Pour la mesure de la « désirabilité perçue », nous avons retenu les items issus des travaux empiriques dans ce sens de Emin (2003) : « Je désire devenir créateur d'une entreprise », « L'idée de création d'une entreprise me semble attractive » et « Je cher

en se référant toujours aux travaux réalisés par Emin (2003), les items suivant ont été retenus : « En l'état actuel, créer de A à Z mon entreprise me semble faisable », « Il me semble possible de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement » et « Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise ».

D'après la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991), l'intention entrepreneuriale est un meilleur prédicteur du comportement des individus dans le

Variables	Items
	de
	mesure

Désirabilité perçue	Faisabilité	3
perçue		3

Les ACP réalisées sur ces deux variables ont ressorti chacune une seule composante avec les valeurs de Alpha de Cronbach supérieur à 0,60 et des Indices KMO satisfaisants.

institutions retenues pour cette phase empirique de collecte des données. Tableau 2: Fiabilité et validité de l'

Variables	Items de mesure
Intention entrepreneuriale	3

[Note: ATableau 1:]

Figure 3:

3

Désirabilité perçue	Faisabilité perçue	Intention entrepreneuriale
------------------------	-----------------------	-------------------------------

Figure 4: Tableau 3 :

4

Year
2020
Volume
XX
Is-
sue
V
Ver-
sion
I
)

GlobalModèle R R-deux 1 ,841 a ,707 a. Prédicteurs: (Constante), Faisabilité Jour- perçue, Désirabilité perçue R-deux ajusté Erreur standard de l'estimation nal Modifier les statistiques Variation de R-deux Variation de F ddl1 ddl2 of ,706 ,54236267 ,707 587,688 2 487 b. Variable dépendante : Intention Man- entrepreneuriale Les résultats des analyses ainsi présentés donnent des in- age- dicateurs de la relation globale entre la variable à expliquer et les variables ment explicatives. Ainsi, cette relation affiche un coefficient de corrélation de 0,841 and traduisant une très bonne corrélation entre les variables explicatives et la Busi- variable expliquée. Le pouvoir prédictif de ce modèle est mesuré par son ness coefficient de détermination (R^2) d'une valeur de 0,707. Ce dernier voudrait Re- dire que l'intention entrepreneuriale varie à raison de 70,7% en fonction des searchsignificatif au seuil de 0,000 (inférieur à 0,05), ce qui Durbin-Watson Sig. (Variation de F ,000 1,304 justifie l'ajustement normal du modèle. De façon générale, ce modèle semble satisfaisant et donc l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés est expliquée par le désir d'entreprendre et la faisabilité du processus entrepreneurial et de façon significative. Le tableau ci-dessous donne de façon plus exhaustive le niveau d'explication des déterminants de l'intention d'entreprendre par les jeunes diplômés et ceci en indiquant le poids de chaque dimension. Récapitulatif des modèles b différentes dimensions de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue. Cette variation est très bonne et pourrait traduire que les variables explicatives rendent compte cette relation par ce modèle global. En outre, cette variation satisfaisante du modèle est couronnée par le F de Fisher de l'ordre de 587,688

Figure 5: Tableau 4 :

Figure 6:

Figure 7: $1 + 0,321X^2$ (25,652) (12,229) formation

- 408 [Supiot ()] 'A legal perspective on the economic crisis of'. A Supiot . *International Labour Review* 2010. 2008.
409 149 (2) p. .
- 410 [Bhave ()] 'A process model of entrepreneurial venture creation'. M P Bhave . *Journal of Business Venturing*
411 1994. 9 p. .
- 412 [Lévy-Tadjine ()] *Action collective et entrepreneuriat: Proposition d'un cadre conceptuel pour appréhender*
413 *l'entrepreneuriat en équipe. Revue Organisations & territoires*, T Lévy-Tadjine . 2008. 17 p. .
- 414 [Shepherd and Krüeger ()] 'An intentionsbased model of entrepreneurial teams' social cognition'. D Shepherd ,
415 N F Krüeger . *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2002. 27 p. .
- 416 [Boissin and Emin ()] J P Boissin , S Emin . halshs- 00325869. *Les étudiants et l'entrepreneuriat: l'effet des*
417 *formations*, 2007.
- 418 [Krüeger et al. ()] 'Competing models of entrepreneurial intentions'. N F Krüeger , M D Reilly , A L Carsrud .
419 *Journal of Business Venturing* 2000. 15 p. .
- 420 [Boutillier and Et Uzunidis ()] *De la société salariale à la société entrepreneuriale ou la création d'entreprises*
421 *au secours de l'emploi. La Revue des sciences de gestion*, S Boutillier , D Et Uzunidis . 2015. p. .
- 422 [Davidsson (1995)] 'Determinants of entrepreneurial intentions'. P Davidsson . *RENT IX Workshop* 1995.
423 November 23-24.
- 424 [Boissin et al. ()] *Diverse impacts of the determinants of entrepreneurial intention: threesubmodels, three student*
425 *profiles*, J.-P Boissin , V Favre-Bonté , S Fine-Falcy . 2017. 16 p. . (Revue de l'entrepreneuriat)
- 426 [Souitaris et al. ()] 'Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering
427 students? The effect of learning, inspiration and resources'. V Souitaris , S Zerbinati , A Al-Laham . *Journal*
428 *of Business venturing* 2007. 22 (4) p. .
- 429 [Hernandez and Marco ()] *Entrepreneur et décision, de l'intention à l'acte, éditions ESKA*, E-M. Et Hernandez
430 , L Marco . 2006.
- 431 [Shook and Bratianu ()] 'Entrepreneurial intent in a transitional economy: An application of the theory of
432 planned behavior to Romanian students'. C L Shook , C Bratianu . *International Entrepreneurship and*
433 *Management Journal* 2010. 6 (3) p. .
- 434 [Maalaoui and Germon ()] *Entrepreneurial Intention through the Cognitive Psychology Approach : Past, Present*
435 *and Future Research*, A Maalaoui , R Germon . 2017. 17 p. . (Revue de l'Entrepreneuriat)
- 436 [Diaz-Garcia and Jiménez-Moreno ()] 'Entrepreneurial Intention: the Role of Gender'. M C Diaz-Garcia , J
437 Jiménez-Moreno . *International Entrepreneurship and Management Journal* 2010. 6 (3) p. .
- 438 [Krüeger ()] 'Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions'. N F Krüeger . *Revisiting*
439 *the Entrepreneurial Mind*, (Cham) 2017. Springer. p. .
- 440 [Iakovleva et al. ()] 'Entrepreneurial Intentions in Developing and Developed Countries'. T Iakovleva , L
441 Kolvereid , U Stephan . *Education + Training* 2011. 53 (5) p. .
- 442 [Krüeger and Carsrud ()] 'Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour'. N F Krüeger
443 , A L Carsrud . *Entrepreneurship and Regional Development* 1993. 5 p. .
- 444 [Shinnar et al. ()] 'Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture'. R S Shinnar , O
445 Giacomini , F Janssen . *Entrepreneurship Theory and practice* 2012. 36 (3) p. .
- 446 [Krüeger and Brazeal ()] *Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. Entrepreneurship theory and*
447 *practice*, Jr N F Krüeger , D V Brazeal . 1994. 18 p. .
- 448 [Verstraete ()] 'Entrepreneuriat et stratégie entrepreneuriale: quels modèles pour la recherche et l'action'. T
449 Verstraete . *Cahiers de recherche du CLAREE*, 2001. 29.
- 450 [Kolvereid and Moen ()] 'Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a
451 difference'. L Kolvereid , Ø Moen . *Journal of European industrial training* 1997. 21 (4) p. .
- 452 [Fayolle ()] *Évaluation de l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat: vers de nouvelles approches,*
453 *7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, A Fayolle . 2004. Octobre, Montpellier.
- 454 [Fayolle ()] 'Evaluation of entrepreneurship education: behaviour performing or intention increasing?'. A Fayolle
455 . *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 2005. 2 (1) p. .
- 456 [Liñán et al. ()] 'Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education'. F Liñán , J C Rodríguez-
457 Cohard , J M Rueda-Cantuche . *International entrepreneurship and management Journal* 2011. 7 (2) p. .
- 458 [Saporta and Kombou (ed.) ()] *Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat*, B Saporta , L Kombou
459 . T. Verstraete (ed.) 2000. EMS, Caen. p. . (L'entrepreneuriat africain: mythe ouréalité)
- 460 [Bird ()] 'Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention'. B J Bird . *Academy of Management*
461 *Review* 1988. 13 p. .

- 462 [Liñán ()] 'Intention-based models of entrepreneurship education'. F Liñán . *Piccola Impresa/Small Business*
463 2004. 3 (1) p. .
- 464 [Boissin et al. ()] *Intentions entrepreneuriales des étudiants: une comparaison Brésil-France*, J.-P Boissin , B
465 Branchet , F De Almeida , S Bittar , H Freitas , Et Daiprá , C Martens . 2009. (5ème colloque de l'IFBAE-
466 Grenoble)
- 467 [Crozier and Friedberg ()] 'L'acteur et le système'. M Crozier , E Friedberg . *Editions du Seuil* 1977. 500.
- 468 [Filion et al. ()] *L'entrepreneuriat comme carrière potentielle - Une évaluation en milieu universitaire*, *Cahier de*
469 *recherche-04*, L J Filion , D Heures , K.-Y Christophe , F Et Bellavance . 2002. HEC, Montréal.
- 470 [Aouni and Et Pirnay ()] *L'impact de l'exposition à des modèles d'entrepreneurs sur les antécédents de*
471 *l'intention entrepreneuriale*, Z Aouni , F Et Pirnay . 2009. (Actes du 6ème Congrès de l'Académie de
472 L'Entrepreneuriat)
- 473 [Emin ()] *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français*, *Thèse en Sciences de*
474 *Gestion*, S Emin . 2003. Université Pierre Mendès France, ESA, Grenoble.
- 475 [Tounès ()] *L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations*
476 *en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*, *Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion*,
477 A Tounès . 2003. 462. Université de Rouen
- 478 [Saleh ()] *L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban*, L Saleh . 2011. Nancy. 2. Université Nancy
- 479 [Simo ()] 'La culture africaine est-elle réfractaire au développement? Mutations et permanences'. D Simo . *La*
480 *politique de développement à la croisée des chemins, le facteur culturel*, D Simo (ed.) (Yaoundé) 1998. Clé. p. .
- 481 [Emin et al. ()] 'Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat-éléments d'analyse pour l'action'. S Emin
482 , J P Boissin , B Chollet . *XIVème Conférence internationale de Management Stratégique*, (Angers) 2005.
483 (Pays de Loire)
- 484 [Boissin et al. ()] 'Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat-Eléments d'analyse pour l'action'. J P
485 Boissin , B Chollet , S Emin . *Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique*, 2005.
486 p. .
- 487 [Tchagang ()] 'Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais'. E Tchagang .
488 *Management et Sciences Sociales*, N° 22 Janvier-Juin, 2017.
- 489 [Boissin et al. ()] *Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique*,
490 *M@n@gement*, J.-P Boissin , B Chollet , S Et Emin . 10.3917/mana.121.0028. 2009. 12 p. .
- 491 [Boissin et al. ()] *Les étudiants et l'entrepreneuriat: les effets des formations. Conférence Internationale de*
492 *Management Stratégique*, J P Boissin , B Chollet , S Emin . 2006. Annecy / Genève. p. . (Juin)
- 493 [Fayolle et al. ()] *Mesure de l'effet à court et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat*
494 *(PEE) sur l'intention entrepreneuriale des étudiants*, *8ème congrès international francophone en en-*
495 *trepreneuriat et PME, 25-26 octobre*, A Fayolle , B Gailly , N Lassas-Clerc . 2006. fribourg, Suisse.
- 496 [Grawitz ()] *Méthodes des sciences sociales, Edition Dalloz, Paris, 10ème édition*, M Grawitz . 1996. 920.
- 497 [Kolvereid ()] 'Organizational Employment Versus Self-Employment: Reasons for Career Choice Intentions'. L
498 Kolvereid . *Entrepreneurship Theory and Practice, Spring*, 1996. 20 p. .
- 499 [Steffens et al. ()] 'Perspectives on depression, mild cognitive impairment, and cognitive decline'. D C Steffens ,
500 E Otey , G S Alexopoulos , M A Butters , B Cuthbert , M Ganguli , . . Lopez , OL . *Archives of general*
501 *psychiatry* 2006. 63 (2) p. .
- 502 [Kolveried ()] 'Prediction of employment status choice intentions'. I Kolveried . *Entrepreneurship Theory and*
503 *Practice, Fall*, 1996. p. .
- 504 [Kolvereid ()] 'Prediction of Employment Status Choice Intentions'. L Kolvereid . *Entrepreneurship Theory and*
505 *Practice*, 1997. 21 p. .
- 506 [Katz and Gartner ()] 'Properties of emerging organizations'. J Katz , W B Gartner . *Academy of management*
507 *review* 1988. 13 (3) p. .
- 508 [Shinnar et al. ()] 'Self-Efficacy, Entrepreneurial Intentions, and Gender: Assessing the Impact of Entrepreneur-
509 ship Education Longitudinally'. R S Shinnar , D K Hsu , C B Powell . *The International Journal of*
510 *Management Education* 2014. 12 p. .
- 511 [Tkachev and Kolvereid ()] 'Selfemployment intentions among Russian students'. A Tkachev , L Kolvereid .
512 *Entrepreneurship and Regional Development* 1999. 11 p. .
- 513 [Kennedy et al. ()] *Situational factors and entrepreneurial intentions. 16th Annual Conference of Small Enter-*
514 *prise Association of Australia and New Zealand*, J Kennedy , J Drennan , P Renfrow , B Watson . 2003. (28
515 septembre-1er octobre)
- 516 [Bandura ()] 'Social Cognitive theory: An Agentic Perspective'. A Bandura . *Annual Reviews Psychology* 2001.
517 52 p. .

- 518 [Jones et al. ()] ‘Student Attitudes towards Enterprise Education in Poland: a Positive Impact’. P Jones , A
519 Jones , G Packham , C Miller . *Education + Training* 2008. 50 (7) p. .
- 520 [Krüeger ()] ‘The cognitive psychology of entrepreneurship’. N F Krüeger . *Handbook of entrepreneurship research*,
521 (Boston, MA) 2003. Springer. p. .
- 522 [Shapero ()] ‘The displaced, uncomfortable entrepreneur’. A Shapero . *Psychology Today* 1975. 9 p. .
- 523 [Nabi et al. ()] *The impact of entrepreneurship education in higher education : A systematic review and research*
524 *agenda*, G Nabi , F Liñán , A Fayolle , N F Krüeger , A & Walmsley . 2017. Academy of Management Learning
525 & Education. 16 p. .
- 526 [Fayolle and Gailly ()] ‘The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial attitudes and Intention:
527 Hysteresis and persistence’. A Fayolle , B Gailly . *Journal of Small Business Management* 2013.
- 528 [Murugesan and Jayavelu ()] ‘The influence of Big Five Personality and Self-Efficacy on Entrepreneurial Inten-
529 tion: the Role of Gender’. R Murugesan , R Jayavelu . *Journal of Entrepreneurship and Innovation in*
530 *Emerging Economies* 2017. 3 (1) p. .
- 531 [Kolvereid and isaksen ()] ‘The Psychology of the Entrepreneur’. L Kolvereid , E J & isaksen . *Perspectives in*
532 *Entrepreneurship: A Critical Approach* 2012. p. .
- 533 [Gupta et al. ()] ‘The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an
534 entrepreneur’. V K Gupta , D B Turban , S A Wasti , A Sikdar . *Entrepreneurship theory and practice*, 2009.
535 33 p. .
- 536 [Shapero and Sokol ()] ‘The social dimensions of entrepreneurship’. A Shapero , L Sokol . *Encyclopedia of*
537 *entrepreneurship*, (Englewood Cliffs) 1982. Prentice Hall, inc., Chapter IV. p. .
- 538 [Ajzen ()] ‘The theory of planned behavior’. I Ajzen . *Organizational Behavior and Human Decision Processes*
539 1991. 50 p. .
- 540 [Ajzen ()] ‘The theory of planned behaviour is alive and well, and not ready to retire: A commentary on
541 Sniehotta, Pesseau, and Araújo-Soares’. I Ajzen . 10.1080/17437199.2014.883474. *Health Psychology Review*
542 2015. 9 (2) p. .
- 543 [Ajzen ()] ‘The theory of planned behaviour: Reactions and reflections’. I Ajzen . 10.1080/08870446.2011.613995.
544 *Psychology & Health* 2011. 26 (9) p. .
- 545 [Ajzen and Et Fishbein ()] *Understanding attitudes and predicting social behavior*, I Ajzen , M Et Fishbein .
546 1980. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall. 278.
- 547 [Krüeger (ed.) ()] *Understanding the entrepreneurial mind, international studies in entrepreneurship*, N F
548 Krüeger . A.L. Carsrud & M. Brännback (ed.) 2009. New York: Springer. p. . (Entrepreneurial intentions
549 are dead: Long live entrepreneurial intentions)
- 550 [Audet ()] *Une étude des aspirations entrepreneuriales d’étudiants universitaires québécois: seront-ils des*
551 *entrepreneurs demain ? Cahier de recherche de l’université du Québec à Trois-Rivières, département de*
552 *la science et de la gestion de l’économie*, J Audet . 2001. p. .
- 553 [Chem et al. ()] ‘University Students personality Traits and Entrepreneurial Intention: Using Entrepreneurship
554 and Entrepreneurial attitude as Mediating variable’. S C Chem , L L Jing , M Sung . *International Journal*
555 *of Economic Research* 2012. 3 (3) p. .
- 556 [Krüeger ()] *what lies beneath ? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking, Entrepreneurs hip Theory*
557 *and Practice*, N F Krüeger . 2007. p. .