

La mention transitoire du potentiel entrepreneurial des étudiants des pays en mutation

The transitional grade of entrepreneurial potential of student from countries undergoing changes.

WADOUM FOFOU Chamberlain

Enseignant chercheur

Institut National de la Jeunesse et des Sports de Yaoundé

Laboratoire des Sciences Humaines et Sociales Appliquées à l'Animation, aux Loisirs et à
l'Éducation Civique
Cameroun

FEUDJO Jules Roger

Enseignant Chercheur

Faculté des Sciences Économiques et de Gestion

Université de Dschang

Centre d'Étude et de Recherche en Management et Économie
Cameroun

Date de soumission : 23/05/2024

Date d'acceptation : 05/07/2024

Pour citer cet article :

WADOUM FOFOU C. & FEUDJO J.R. (2024) «La mention transitoire du potentiel entrepreneurial des étudiants des pays en mutation», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 3 » pp : 272 - 291

Résumé

Cette recherche vise à évaluer le potentiel entrepreneurial et de projeter les bases de promotion de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants des pays en mutation. Une enquête portant sur le modèle de profil entrepreneurial comportant quatre composantes : les antécédents, les motivations, les aptitudes et les attitudes est menée auprès d'un échantillon de 161 étudiants camerounais et sénégalais. Les résultats indiquent que 63,97 % de cette population ont une note de potentiel entrepreneurial comprise entre 11 et 15 sur 25. Malgré cette mention transitoire, 97,51 % d'entre eux aimeraient à l'avenir créer une entreprise. Par ailleurs, 50,31 % qui ont déjà suivi le cours d'entrepreneuriat dans leur cursus académique, satisfaits des enseignements reçus, proposent qu'il soit davantage pratique et constitue une filière de formation dans les universités. Les spécialistes scientifiques en entrepreneuriat préconisent quant à eux, qu'il soit enseigné le plus tôt possible et suivant 3 étapes : la sensibilisation, la formation et l'accompagnement.

Mots-clés: Potentiel entrepreneurial ; évaluation ; étudiants ; pays en mutation ; mention transitoire.

Abstract:

The main objective of this research work is to evaluate the entrepreneurial potentials, as well as to project the bases for the promotion of an entrepreneurial mindset amongst students in developing countries. An investigation made up of four 04 components based on the model of the entrepreneurial profile was carried out on : the background, motivations, aptitudes and attitudes amongst a sample population of 161 Cameroonian and Senegalese students. The results revealed that 63,97% of this population had a mark of between 11 and 15 on 25 on entrepreneurial skills. Despite this transitional mark, 97,51% of these students wish to create an enterprise of their own in the future. However, 50,31% of students who had undertaken the course on entrepreneurship in their previous studies, and were satisfied with their training suggested that it should be more practical and constitute a unit course in universities. Scientists or experts in entrepreneurship on their part recommend that this course should be taught as soon as possible following three (03) stages : Sensitisation, Training, and Monitoring.

Keywords : Entrepreneurial Potentials ; Evaluation ; Students ; Developing Countries ; Transitional Mention.

Introduction

L'entrepreneuriat est considéré comme un facteur névralgique, permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et les possibilités d'emploi (OCDE, 1998). Le moteur de cette évolution est l'innovation. De ce fait, l'entrepreneur schumpetérien (Filion, 1997) est un héros qui prend du risque pour innover. L'activation et le développement du potentiel entrepreneurial chez les étudiants devient donc un devoir pour l'Etat.

La recherche dans les pays du Nord de nos jours, s'intéresse davantage à l'intention entrepreneuriale des étudiants (Homida, 2017; Moureau et Raveleau, 2006; Ben Massou, 2023; Jerrane et Achous, 2024), et même effectue les comparaisons de cette intention entre les sexes et les pays de différentes zones culturelles (Giacomin et al., 2010; Tounès, 2003). Cette réflexion est peu, voire pas du tout développée en Afrique (Mahmoudi, 2014), notamment dans notre cadre praxéologique d'étude. Pourtant, chaque jour, dans le monde économique des pays en développement, les étudiants sont confrontés aux problèmes de l'employabilité et de chômage. En clair, ils sont confrontés à la nécessité de résoudre des problèmes, à celle de prendre des initiatives, à valider des choix, à améliorer leurs potentiels et leurs capacités de travail. C'est dire que les étudiants sont aujourd'hui plus qu'hier, concernés par la formation à l'esprit entrepreneurial. A titre d'illustration, en Afrique, pour un recrutement de trois millions de postes, l'on enregistre 12 millions de candidats (Quentin, 2018). Face à cette situation, les pouvoirs publics ont procédé depuis les années 2007 à des réformes dont les principales sont l'introduction du système Licence-Master-Doctorat (LMD) et récemment le cours de culture entrepreneuriale et la qualité d'Étudiant-Entrepreneur dans les universités.

Il convient non pas d'évaluer le niveau de la mise en œuvre du système LMD dont le leitmotiv est la professionnalisation des enseignements et son adaptation aux réalités économiques, sociales et culturelles, avec pour objectif stratégique « un étudiant = un emploi » (Djouda Feudjio, 2009), encore moins d'évaluer l'enseignement de l'entrepreneuriat, mais de jauger le potentiel entrepreneurial des étudiants et au cas où il est insuffisant, comment faire pour l'améliorer? En d'autres termes, quel est le niveau du potentiel entrepreneurial des Étudiants ? Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ? Quelles sont les compétences pour mieux évaluer le potentiel entrepreneurial ? Quel sont les défis qui affrontent l'évaluation du potentiel entrepreneurial ? Ces questions sont importantes car pour créer une entreprise et réussir, le promoteur doit non seulement connaître ses capacités, mais aussi les points qu'il doit améliorer.

L'esprit entrepreneurial se réfère à l'aptitude d'un individu de passer des idées aux actes. Il constitue donc une compétence clé pour tous, puisqu'il aide les étudiants à être plus créatifs et d'avoir davantage confiance en eux dans tout ce qu'ils entreprennent. En d'autres termes, l'esprit d'entreprendre est une combinaison de qualités et de méthodes que le système éducatif doit développer pour que l'intégration dans l'entreprise soit plus aisée pour les étudiants et il doit permettre, à ceux qui le souhaiteront, à un moment ou à un autre de leur vie, de créer ou de reprendre une entreprise (Dijoux, 2013).

La présente recherche de type empirique vise à présenter les exigences du métier d'entrepreneur, d'évaluer le potentiel entrepreneurial des étudiants et d'exposer les axes de réflexion susceptibles de promouvoir la culture entrepreneuriale chez les étudiants des pays en mutation.

Pour ce faire, nous allons sur la base de la revue critique de la littérature, présenter le profil des créateurs d'entreprise (1), puis effectuer une évaluation diagnostique du potentiel entrepreneurial des étudiants et proposer les axes de promotion de la culture d'entreprise au sein de cette population (2).

1. Cadre théorique de la recherche

1.1. Esprit entrepreneurial : un concept attrayant mais à définitions multiples

Au regard de ses retombées positives sur l'économie, la société et l'individu, l'esprit entrepreneurial est un thème de très grande actualité et pour cause, il a envahi les médias, les discours et il constitue même un titre attractif pour plusieurs articles scientifiques (Rajhi, 2011). De plus, ce terme est de plus en plus étudié par les auteurs qui s'intéressent à l'entrepreneuriat et plus précisément ceux qui cherchent à mettre en place les moyens et les outils pour insuffler et inculquer ce phénomène dans la société.

Le problème est qu'on parle de l'esprit entrepreneurial comme si tout le monde savait ce que recouvre ce terme, pourtant, les tentatives de sa définition n'ont pas réussi à trouver un consensus. Ce qui a pour conséquence de semer une confusion au sein du public qu'on cherche à sensibiliser car la notion d'esprit d'entreprendre est encore en travail dans la communauté scientifique (Bachelet et al., 2004).

Un examen de la littérature nous permet de constater les définitions ci-après :

Pour Hernandez (2000), *«c'est observer son environnement et à être sensible à ses besoins non satisfaits, à analyser ses compétences et à améliorer sa formation, à savoir travaillé en équipe, participer à des groupes de projets, à créer des réseaux et les animer, être ouvert prêt*

à s'investir et être conscient qu'il faudra toujours se remettre en question et s'améliorer». L'OCDE (2001) énonce que c'est «un ensemble de qualités et de compétences qui permettent aux individus, aux organisations, aux collectivités, aux sociétés d'être souples et créatifs pour s'adapter au changement social et économique rapide et aussi pour réagir en tant qu'acteurs à ce changement». Selon un Groupe d'experts de l'Union Européenne (2002), «l'esprit d'entreprendre ne doit pas se limiter à la création d'entreprise mais, doit être perçu comme étant une attitude générale qui peut être ultimement adaptée par chacun tous les jours et dans toutes les activités professionnelles». Moreau (2004) pour sa part, renforce que «le terme esprit entrepreneurial est aussi employé pour qualifier les pensées ou les actions des personnes qui évoluent dans d'autres milieux que celui des affaires: le scientifique, le culturel, l'artistique, etc. Ainsi, un chercheur qui possède l'esprit entrepreneurial n'est pas forcément une personne qui va créer une nouvelle organisation, mais un individu qui prend des risques ou qui fait preuve d'initiative dans son travail ou au sein de son laboratoire.»

Bien que ces définitions prétendent toutes rendre compte du même concept «esprit entrepreneurial », il convient toutefois, de nuancer leur homogénéité par une analyse de leur contenu.

Certaines définitions semblent plus proches des conséquences et des manifestations de l'esprit d'entreprendre que du concept lui-même et le limitent à un ensemble d'outils et de techniques permettant de démarrer une activité. Alors, elles traitent plutôt l'action d'entreprendre et non l'esprit d'entreprendre. Dans ce cas, il convient de parler de l'esprit d'entreprise et non de l'esprit entrepreneurial.

D'autres définitions s'accordent pour dire que l'esprit d'entreprendre est plutôt un état d'esprit, une mentalité, un ensemble d'attitudes et de compétences. Il est requis dans une multitude de situations bien au-delà la simple création d'entreprise. Il est davantage relié à la prise d'initiative, à « la culture de l'agilité », à la prise de risque, à la flexibilité, au désir de créer et d'innover, au travail en groupe, etc. Ainsi il concerne non seulement la création d'entreprise, mais aussi toutes les activités de la vie culturelle, artistique, sportive et associative.

1.2. Profil entrepreneurial : revue de la littérature et modèle d'étude

L'entrepreneur est vu comme quelqu'un à la recherche d'occasions d'affaires, préoccupé par la minimisation du risque et par une gestion économe, un individu optimisant son capital. Selon Say (Filion, 1997), l'entrepreneur est un agent qui unit les moyens de production et qui trouve

dans la valeur des produits, la mise en œuvre du capital employé, la richesse pour rémunérer les salaires, les intérêts, les profits. Pour Schumpeter (1935), l'entrepreneur est avant tout un innovateur, il fait des choses qui ne sont pas comprises dans les routines de l'entreprise et ne se résume pas à l'unique créateur d'entreprise. L'auteur place donc dès les années trente, l'esprit d'entreprendre au cœur de la dynamique entrepreneuriale et l'oppose à une conception administrative et bureaucratique du chef d'entreprise, en prenant notamment pour exemple Henry Ford, à l'origine simple chef d'entreprise devenu entrepreneur grâce à sa force d'innovation. Ces visions de l'entrepreneur permettent de révéler à quel point l'entrepreneur n'est pas une figure récente du paysage économique et social.

Les recherches portant sur l'entrepreneur se sont articulées autour d'un certain nombre de courants de pensée visant à définir l'entrepreneur, sa fonction et son action.

L'approche économique interroge la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement de l'économie et de la société. Cantillon souligne dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risque (Boutiller et Uzunidis, 1999). Selon Schumpeter (Filion, 1997), *«l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise (...) cela a toujours à faire avec l'opportunité d'un usage différent des ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons»*. C'est dire que l'entrepreneur est avant tout innovateur et instigateur de changements conduisant au développement économique. Cette perspective est toujours d'actualité.

L'approche par les traits dominants de 1950 à 1990, a consisté à identifier certaines caractéristiques individuelles et psychologiques permettant de distinguer l'entrepreneur du non entrepreneur. Les motivations, le locus de ce contrôle interne, la culture, la religion, les traits de personnalité, l'expérience et la formation sont, entre autres, des facteurs permettant d'expliquer le caractère entrepreneurial des individus (Bouton et al., 2024 ; Kambole Kavutirwa, 2024). Belley (1990) a résumé les travaux sur les traits de personnalités de l'entrepreneur en trois (03) thèmes : le besoin d'accomplissement, l'internalité du lieu de contrôle et la propension à prendre les risques.

Cette approche a été marginalisée durant les années 1990 et s'est vue substituée par une approche par les compétences et comportements. Selon cette perspective, un entrepreneur est avant tout un individu présentant un ensemble de capacités entrepreneuriales, stratégiques et managériales qui lui permettent, d'une part, de créer son entreprise et, d'autre part, de la faire croître. Identifier les opportunités, animer son réseau, savoir transmettre une vision

stratégique (Feudjo et al., 2017 ; Wadoum Fofou, 2018), sont, toutes choses égales par ailleurs, des compétences et comportements à acquérir et développer pour devenir entrepreneur. Dans cet ordre des idées, Porter (1980) a mis au cœur de son modèle les réponses stratégiques de l'entreprise face à son environnement.

Sur la base de ces approches, différents auteurs ont mobilisé plusieurs théories et modèles pour appréhender les composantes de l'esprit d'entreprise :

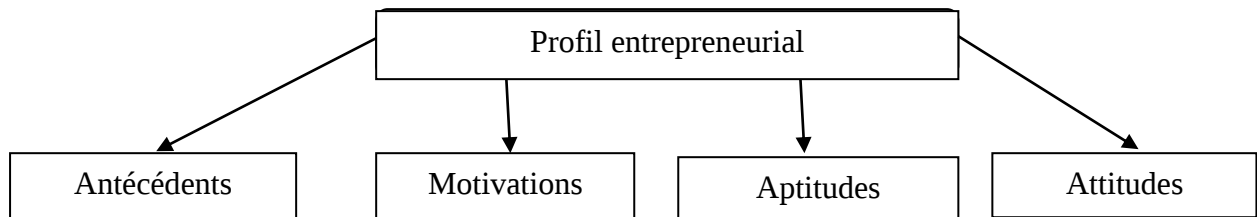
Le modèle du contexte de l'intentionnalité entrepreneuriale développé par Vozikis et Boyed (1994), contribue à répondre à la question de savoir quels sont les facteurs qui prédisposent l'individu à avoir l'intention de créer une entreprise? Les variables qu'ils mobilisent sont : la pensée analytique rationnelle et la pensée intuitive holistique, les attitudes, la perception et l'efficacité personnelle, la croyance, le contexte économique, politique et social, la personnalité, l'histoire personnelle et l'intelligence. Seulement est-il que ce modèle ne prend pas en considération le rôle des facteurs situationnels dans le développement du processus sociocognitif (Bourguiba, 2007).

Davidson (1995) à travers le modèle de la formation de l'intension entrepreneuriale, démontre en mobilisant les variables telles l'entourage personnel, les attitudes générales, les attitudes du domaine, la situation et la conviction, que l'intention est expliquée par les variables internes et des variables externes. Toutefois, ce modèle est testé uniquement auprès d'une population estudiantine et généralisé à tous types d'individus.

Répondant à la question de savoir comment l'intention prédit il le comportement? Ajzen (1987) élabore le modèle de comportement planifié qui est composé des variables attitude personnelle envers le comportement, la norme sociale et le contrôle perçu (Hamrouni et Mohamed, 2016). Si la valeur ajoutée de ce modèle est la perception du contrôle sur le comportement, l'une de ses limites est l'importance des facteurs externes (sociaux, économiques et culturels) dans la prédiction du comportement (Triandis, 1977).

Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) vise à répondre à la question de savoir quels sont les facteurs explicatifs du choix d'une carrière entrepreneuriale? Il mobilise les variables telles la faisabilité, la désirabilité, les déplacements positifs et négatifs, les situations intermédiaires et les propensions à l'action et établissent la complémentarité des ces variables.

Suivant la logique adoptée pour la construction des modèles ci-dessus et nous basant sur l'approche par les traits, notre modèle de référence est présenté à la figure 1.

Figure n° 1 : Modèle des caractéristiques de la culture entrepreneuriale

Source : Inspiré de Gasse (2011)

Selon cette approche, l'entrepreneur posséderait des prédispositions ou des traits qui le caractériseraient et le distingueraient de la population en général. L'ensemble de ces traits constituerait le «profil entrepreneurial», comportant quatre composantes, les antécédents, les motivations, les aptitudes ainsi que les attitudes et contenant chacune des indicateurs.

▪ Indicateurs des antécédents à la création d'entreprise

Il est établi qu'avoir un parent qui possède une entreprise ou qui travaille à son propre compte, voir des proches démarrer un projet ou posséder soi-même, une expérience de travail dans les PME, etc. prédispose à l'entrepreneuriat (Collins et al., 1964). En d'autres termes, il est plus facile de se lancer à son compte lorsqu'on a pu démystifier ce qu'est le milieu des affaires, qu'on connaît le fonctionnement des petites entreprises et que l'on dispose déjà d'un réseau de relations.

La compétence technique est le plus souvent développée en entreprise et la connaissance du secteur se révèle être un autre atout non négligeable.

D'autre part, l'éducation reçue peut avoir favorisé l'esprit créatif et la capacité d'autonomie (Rejskind, 1980). Certaines cultures valorisent plus fortement la réussite financière et les activités d'affaires (Mc Clelland, 1961). Ces dernières sont davantage coutumières ou peuvent être perçues comme le seul moyen d'agir en vue de son autosuffisance économique et de sa progression sociale.

▪ Les facteurs des motivations à la création

Plusieurs éléments poussent les individus à créer une entreprise: le besoin d'accomplissement, de réalisation de soi. Le besoin de pouvoir est aussi présent, mais il est généralement moins pressant (Mc Clelland, 1965). Aussi, le besoin d'autonomie et de créativité sont toujours à la base du développement de son propre projet d'entreprise.

Il existe de nombreuses motivations qui peuvent être associées à l'esprit entrepreneurial: relever les défis, aimer faire des choses difficiles et se confronter à des projets exigeants, se

fixer ses propres objectifs, avoir ses propres critères d'excellence, vouloir exploiter tout son potentiel et progresser, rechercher le contrôle des ressources liées à la réalisation des projets et tendre à la propriété des résultats, aimer travailler avec des experts et chercher à améliorer constamment sa performance (Hornaday et Aboud, 1971), vouloir être le patron et ne pas avoir à suivre les directives des autres, aimer diriger et influencer les personnes pour les amener à faire selon ses plans, tenir à mobiliser les ressources et les gens au service de ses propres objectifs, prendre charge des responsabilités et des personnes, aimer être en compétition et l'emporter, chercher à se distinguer et à occuper l'avant scène, vouloir accéder à un statut et asseoir sa réputation (Mc Clelland et Winter, 1969).

A cela il faut ajouter pêle mêle aimer être indépendant des personnes, des contraintes et des restrictions, ne pas accepter la conformité, écarter les contraintes et les directives préétablies, vouloir décider seul et agir à sa guise, ne pas être dépendant du soutien affectif ou social des autres, rechercher les situations qui laissent une grande marge de manœuvre et qui permettent d'exercer sa pleine initiative et toute sa créativité (Stoner et Fry, 1982).

Et pour terminer, aimer les idées originales, vouloir faire les choses différemment, imaginer des façons nouvelles d'utiliser les objets ou les procédés d'usage courant, chercher des méthodes plus efficaces pour faire le travail, aimer avoir des idées créatives et aimer les concrétiser, rechercher les nouveaux produits (Lessem, 1983).

▪ Indicateurs des aptitudes à la création d'entreprise

Les aptitudes sont des compétences latentes, qui se sont développées au fil des expériences et des réussites et auxquelles l'individu peut faire appel selon les circonstances. Plusieurs auteurs ont présenté les indicateurs de ce concept.

Selon Brockhaus (1980), ces indicateurs sont : être confiant en soi et en son potentiel, se fier à soi-même, croire en sa capacité de réussir ce que l'on entreprend, se sentir à la hauteur de sa tâche et des décisions à prendre, être confiant d'obtenir de bons résultats, avoir une vision positive de soi et de ses capacités, s'attribuer une valeur personnelle élevée.

A cela Kets de Vries (1977) ajoute dégager énergie et vitalité, avoir une grande puissance de travail et une longue endurance, aimer être constamment occupé et avoir mille et une choses à faire, adopter un rythme de travail intense et en exiger autant de son entourage, aimer s'activer et produire, s'investir totalement dans ce que l'on fait, au moment où on le fait.

Panday et Teewary (1979) rallongent la liste avec aller au bout de ce que l'on entreprend, se montrer tenace dans la poursuite de ses buts, persévérer dans la résolution des problèmes, ne pas se laisser intimider par les difficultés ou les obstacles, ne pas craindre de travailler fort et

sur de longues périodes, pour obtenir ce à quoi l'on tient, mettre tous ses efforts sur la réussite et écarter l'échec.

Kets de Vries (1977) décomposent ce concept en pouvoir supporter un niveau de stress élevé avant d'atteindre ses limites d'endurance, être capable de travailler dans des conditions de travail difficiles ou inhabituelles sans que sa performance n'en soit affectée, être tolérant à l'incertitude, pouvoir s'adapter facilement à des situations diverses et ne pas craindre le changement, voir le stress comme un stimulant positif, un incitatif à l'action, un signal à redoubler d'effort, un excitant, rechercher les sensations que le stress procure.

Pour Deeks (1976), cela réfère à être capable de se représenter les situations, d'identifier les éléments importants et leurs interrelations, se doter d'une vision personnalisée des choses, démontrer de l'habileté à dénouer les problèmes complexes, avoir une capacité de jugement englobant, être intuitif dans l'application de faits ou de principes aux situations nouvelles, se donner rapidement une vision nette des résultats à atteindre, considérer plusieurs alternatives à la fois pour la résolution d'un problème, emprunter facilement à d'autres champs d'activité, pouvoir s'ajuster dans un environnement de compétences multiples.

L'on pourrait ajouter démontrer des aptitudes au leadership, à entraîner les autres à sa suite, être capable de planifier, organiser, mobiliser et contrôler.

▪ Indicateurs des attitudes à la création

Les attitudes sont des prises de position conscientes ou non par rapport à des situations hypothétiques ou réelles. Si elles ne déclenchent pas en soi l'intention ou l'action, elles influenceront leur orientation et leur déroulement. Plusieurs de ces perceptions peuvent avoir un impact sur l'entrepreneuriat.

A cet effet, Bruno et Tyebjee (1982) demandent de voir la concurrence comme un facteur d'efficacité des entreprises, aimer se mesurer à des adversaires à sa taille, voir l'occasion d'être en compétition comme un stimulant à la performance, combativité stratégique, aimer évaluer et déjouer la concurrence en affaires.

Walden (1979) ajoute croire en la nécessité du changement pour parvenir au succès, être prêt à s'adapter, à changer, créer les occasions de changement, aimer s'ajuster à la diversité, être ouvert aux opportunités qu'entraînent les changements sont autant d'attitudes qui peuvent prédisposer à la création d'entreprises.

2. Justification de la démarche de l'étude et présentation des principaux résultats

Il existe à ce jour bon nombre de tests et de questionnaires sur le potentiel entrepreneurial (Gasse et Trembaly, 2005). En général, les variables étudiées portent sur les thèmes tels la confiance en soi, la créativité, le risque, le leadership, l'autonomie etc. La structure et les composantes de ces tests sont variées. Certains sont complets, d'autres plus scientifiques. Certains utilisent des échelles de mesure (entre 1 et 5 par exemple), d'autre optent plutôt des échelles dichotomiques (oui/non, vrai/faux). Dans cette ribambelle, il convient de préciser la démarche que nous avons utilisée et les principaux résultats obtenus.

2.1. Méthodologie de la recherche

Notre groupe cible est constitué des étudiants des pays en mutation. Pays en mutation parce qu'ils sont en train de passer d'un système où l'on prône le fonctionnariat, à celui où l'on prône l'entrepreneuriat. Il s'agit du Sénégal et du Cameroun. Pour choisir ces étudiants, nous avons utilisé l'échantillonnage par commodité. En pratique, après le Congrès sur le thème « Entrepreneuriat, croissance et compétitivité : expériences comparées », organisé par l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation (AEI), nous avons administré de façon directe un questionnaire aux étudiants participants de BEM Management School de Dakar au Sénégal. S'agissant des étudiants Camerounais, ils ont été interrogés en 2021 après un cours de tronc commun, intitulé Stratégie d'entreprise et destiné aux étudiants de niveau 3, filières comptabilité-finances et marketing de la Faculté des sciences économiques et de gestion de l'Université de Dschang. Cette technique a été utilisée du fait de la disponibilité de ces étudiants. Cette technique nous a permis d'avoir un échantillon caractéristique du public cible. Ainsi, pour l'ensemble nous avons interrogé 161 étudiants dont 114 du Cameroun.

Parce que plus pratique, nous avons utilisé pour effectuer la collecte des données, un questionnaire comportant trois (03) parties : la première partie porte sur l'identification et les antécédents des répondants, la deuxième sur la perception qu'ont les répondants sur les entrepreneurs et leurs motivations à la création d'entreprise et la troisième enfin porte sur les attitudes et les aptitudes entrepreneuriales du répondant. Elle comporte 25 questions et les réponses sont numérotées de 1 à 5, suivant l'échelle de Likert (Thiétart, 1998). Cette partie du questionnaire a été établie par Fisher Press (1992).

Le traitement des questionnaires s'est déroulé en deux temps. D'abord le traitement de chacun des questionnaires s'est effectué sur le logiciel Évaluation du Potentiel Entrepreneurial (EPE) et par la suite, le regroupement des répondants par intervalles des notes obtenues à l'EPE en 5

groupes, suivi des données de la statistique descriptive, des interprétations et des commentaires.

2.2. Présentation des principaux résultats

▪ Identification et antécédents des répondants

Des 200 questionnaires administrés, nous avons reçu 161 convenablement remplis, soit un taux de couverture de 80,5 %. Sur les 161 étudiants, il y a 49,6 % garçons et 50,4 % filles. Preuve que la filière sciences de gestion serait en train de se féminiser. Pour ce qui concerne le niveau scolaire, tous sont des universitaires, de niveaux 2, 3 ou 4. D'aucun ont eu le BTS avant de s'inscrire en 3^{ème} année professionnelle. 0,03 % sont des étudiants travailleurs, alors que 16,14 % des enquêtés déclarent avoir déjà créé une entreprise. Par ailleurs, 50,31 % des enquêtés ont déclarés avoir déjà suivi les cours de création d'entreprise.

La répartition par âge de l'échantillon est représentée dans le tableau n°1 ci-après.

Tableau n° 1: Répartition de l'échantillon par tranche d'âge

N°	Tranche d'âge en année	Effectif	Pourcentage
1	[15-20[	30	18, 63 %
2	[21-25[	112	69, 56 %
3	[26-30[	16	09, 93 %
4	[31-35[	03	01, 86 %
5	[36-40[	00	0 %
Total		161	100 %

Source : nos investigations (2023)

Le tableau n°1 laisse constater une forte concentration des jeunes de 21 à 25 ans, qui représentent 69, 56 % de l'échantillon. Par ailleurs, l'âge moyen est de 22,25 ans, largement supérieur à celui requis pour signer un contrat de travail ou créer une entreprise.

▪ Perception des créateurs d'entreprises et motivation à la création

A la question de savoir comment est - ce qu'on vante les entrepreneurs dans leurs localités, tous les étudiants interrogés sont unanimes que les créateurs d'entreprise à succès sont désignés par des concepts pluriels tels que les « directeurs généraux , DG», les « PDG », les « riches, les millionnaires », les « bourgeois », les « boss », les « hommes d'affaires, les hommes d'honneur », les « grands chefs, les patrons », les « grands types » , les « cerveaux », les « génies », les « élites économiques, les créateurs d'emploi », les « agents de

développement », « les courageux, les preneurs de risque », les « porteurs de la nation » , les « start-uppeurs », ils ont beaucoup de privilèges et sont enviés, admirés, valorisés. Ils sont considérés comme des héros, sont bien vus, respectés, sont influents, sont des modèles et sont souvent vantés, honorés, valorisés à la radio, à la télévision ou à l'internet.

C'est fort de ces considérations qu'à la question de savoir s'ils aimeraient un jour créer une entreprise, 97,51 % de l'échantillon ont répondu par l'affirmative et justifient leur position par de nombreuses motivations parmi lesquelles par ordre décroissant nous pouvons énumérer les éléments contenus dans le tableau n°2 suivant.

Tableau n° 2: Récapitulatif des motivations à la création d'entreprise

N°	Motivations à la création énoncées par les étudiants	Fréquence de parution
01	Etre indépendant et autonome	40,90 %
02	Améliorer l'économie nationale	12,72 %
03	Créer des emplois et réduire le chômage	12,7 %
04	Etre dirigeant et autoritaire	8,18 %
05	Avoir de l'argent et être riche	5,45 %
06	Mettre en pratique les enseignements reçus	5,45 %
07	C'est un rêve, une ambition	4,44 %
08	Etre influent et leader	3,53 %
09	C'est une passion	3,53 %
10	Je suis plein d'idée	2,72 %
11	Pour innover et se surpasser	1,10 %

Source : nos investigations (2023)

La création de nouvelles entreprises est pour ces jeunes, un moyen de lutter contre le chômage des jeunes et la pauvreté. Hors mis les raisons qu'ils ont évoquées, il semble important d'ajouter que la création de nouvelles entreprises permet d'intensifier la concurrence sur les marchés et de s'adapter aux véritables besoins des consommateurs, de stimuler la quête de nouveaux marchés et de faire face aux mutations rapides qu'entraîne la mondialisation économique. Certains de l'échantillon déclarent ne pas envisager de créer une entreprise dans le futur du fait de manque de passion et de confiance en soi.

▪ Notes de l'évaluation des attitudes et des aptitudes

La note sur 25 de la mesure des attitudes et des attitudes du potentiel entrepreneurial des étudiants interrogés se présente comme dans le tableau n°3 ci dessous :

Tableau n° 3: Répartition de l'échantillon suivant les notes de l'EPE

N°	Intervalles de notes de l'EPE obtenues par les répondants	Effectifs	Pourcentage
1	[0-5[	02	1,24 %
2	[6-10[	51	31,67 %
3	[11-15[	103	63,97 %
4	[16-20[	05	3,10 %
5	[21-25[	00	0 %
Total		161	100 %

Source : nos investigations (2023)

Le tableau n°3 fait observer que:

0% de l'échantillon à de 21 à 25 points. Les candidats de cette catégorie présenteraient un potentiel entrepreneurial important. Avec un tel potentiel, on pourrait se demander pourquoi ils ne se seraient pas déjà lancé en affaires.

03,10 % de l'échantillon a entre 16 et 20 points. Ce résultat leur prête un potentiel entrepreneurial certain. Cependant, leur succès en affaires pourrait dépendre des habiletés qu'ils manifestent et des ressources dont ils disposent.

63,97 % de l'échantillon ont entre 11 et 15 points. Ce résultat les situe dans la zone transitoire. Ils sont probablement aptes à se lancer en affaires mais ils devraient y mettre beaucoup d'effort et de persévérance. Une aide extérieure et un bon suivi sous forme de conseils et d'encouragements seraient pour eux un bon atout. Peut-être que certains ajustements seront aussi nécessaires.

31,67 % de l'échantillon ont entre 6 et 10 points. Leur potentiel entrepreneurial semble plutôt faible. Ils auront certainement à revoir certaines de leurs opinions, attitudes ou comportements.

1,24 % de l'échantillon ont entre 0 et 5 points. Ici, ils doivent être réalistes. Il leur serait probablement difficile d'évoluer dans le monde des affaires présentement. Ils devraient s'informer sérieusement sur les contraintes et exigences de la carrière entrepreneuriale.

▪ Perspectives de développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants

En favorisant l'émergence de l'entrepreneuriat à l'université, il s'agit de promouvoir l'esprit d'initiative et d'entrepreneuriat, de révéler les talents personnels des jeunes et leurs ambitions, de les défier dans leur créativité et dans leur originalité, de les rendre conscients et responsables des enjeux économiques et même politiques de notre temps et de leur conférer

l'esprit positif nécessaire pour s'engager dans l'avenir. Pour mener à bien la promotion de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants, le cours de création d'entreprise a été instauré à certains niveaux et dans certaines filières. C'est dans ce contexte que 50,30 % de l'échantillon ont déclaré avoir en première année, suivi le cours de création d'entreprise. Ils ont aussi déclaré que ce cours leur a permis de connaître les caractéristiques des créateurs d'entreprise, ce qu'est le business plan, les sources de financement et parmi les points à améliorer, ils ont cité le temps court imparti à cette formation, la nécessité d'allier la pratique à la théorie et de dispenser cet enseignement à tous les niveaux, au mieux faire de l'entrepreneuriat une filière de formation à l'université. Ces recommandations sont conformes au fil conducteur édité par les experts en matière de formation de l'entrepreneuriat, qui précisent que cette formation devrait intervenir tôt et passer par trois étapes, la sensibilisation, la formation et l'accompagnement. Granger (2000) a préconisé «de le diffuser tôt pour avoir de l'impact». Les objectifs peuvent être de sensibiliser, de former aux situations, techniques et aux outils, et d'accompagner les porteurs de projets (Fayolle, 2007). Verzat (2009) reprend sensibiliser, prédisposer, former et incubier. Cet apprentissage peut bousculer les enseignements classiques car si l'étudiant est habitué à résoudre des problèmes bien structurés, la prise de décision entrepreneuriale n'a rien de structuré (Surlémont et Kearney, 2009). Cette problématique de l'incertain est peu compatible avec les cours magistraux. Ceci interroge sur la pertinence des outils et des programmes proposés et sur le contenu adéquat. Faut-il une vision complète de l'acte entrepreneurial avec les difficultés ou des témoignages de réussite ? (Boissin et Ewin, 2007). Pour Fayolle (2007), l'enseignement et l'éducation devraient être réunis par un transfert et un éveil : ce dernier pouvant se faire par la famille, les milieux éducatifs ou professionnels. Pour terminer, en amont, Aloulou (2007) résume qu'«inculquer tôt l'esprit entrepreneurial chez les élèves c'est les pousser à entreprendre leurs projets de vie peu importe la nature du projet (commercial, artistique, professionnel, sportif, etc.): c'est-à-dire être les entrepreneurs de leurs vies, leur permettre de mûrir cette possibilité d'emploi pour leurs avenir, à développer leurs aptitudes entrepreneuriales chez ceux qu'ils possèdent déjà et avoir à ce qu'ils puissent combler leurs intérêts dans des activités concrètes, à accroître leur assurance et leur estime de soi, même s'ils n'ont pas la fibre entrepreneuriale». C'est donc un immense gisement à exploiter, d'où la nécessité de mettre en place un ambitieux et prometteur programme d'éveil entrepreneurial et d'auto apprentissage chez les jeunes.

Conclusion

Les objectifs de l'étude étaient d'identifier les caractéristiques des créateurs d'entreprise, d'évaluer le potentiel entrepreneur des étudiants des pays en mutation et d'identifier les axes stratégiques de promotion de l'esprit d'entreprise au sein de cette composante de la population. Pour ce faire, après avoir décrit et opérationnalisé le modèle entrepreneurial portant sur les antécédents, les motivations, les aptitudes et les attitudes des créateurs d'entreprise, nous avons à travers un questionnaire administré de façon directe, effectué l'évaluation diagnostique du potentiel entrepreneurial d'un échantillon de 161 étudiants Sénégalais et Camerounais.

Cette étude a permis d'établir que la population interrogée est âgée en moyenne de 22, 25 ans, et que 97,51 % de cet échantillon aimeraient à l'avenir créer une entreprise. Ces résultats sont différents de ceux indiqués par Dussault (2011) qui rapporte qu'un sondage pan canadien, réalisé récemment révèle que 7,8 % de la population québécoise caresse l'idée de se lancer en affaire, comparativement à 14,1 % pour l'ensemble des Canadiens. Dans une étude similaire, El Mesquine et Kaaya (2017) montrent la discrimination des étudiants en fonction des filières et notent que la volonté de création d'entreprise est plus marquée chez les étudiants des Licences professionnelles (70,83 %) par rapport à ceux inscrits en Licences fondamentales (53,42 %). De nos jours, l'on utilise plus la notion d'intention entrepreneuriale notamment chez les étudiants (Harouna, 2020 ; Tchagang, 2017; Boudabbous, 2011).

L'étude conclut aussi que 63,97 % de l'échantillon ont entre 11 et 15 points sur 25. Ce résultat les situe dans la zone transitoire. Ils sont probablement aptes à se lancer en affaire mais ils devraient y mettre beaucoup d'effort et de persévérance. Cela remet au goût du jour, l'importance des structures d'accompagnement entrepreneurial (Koné et Coulibaly, 2024; Wadoum Fofou et Roukatou, 2023; Groupe de la Banque Mondiale, 2019) qui vont trouver des axes de promotion de l'esprit d'entreprise au sein de cette population. À cet effet, deux postulats semblent efficaces : l'insertion du cours de l'entrepreneuriat dans les systèmes scolaires et universitaire et l'adoption d'une pédagogie entreprenante pour son enseignement. Seulement est-il que la présente étude a utilisé l'approche quantitative pour évaluer le potentiel entrepreneurial des étudiants, et n'a pas précisé les domaines ou les compétences à améliorer, d'où la nécessité de mener de pareilles investigations tout en insérant les aspects qualitatifs, ce qui pourraient faire l'objet de prochaines investigations.

BIBLIOGRAPHIE

Ajzen I. (1987). «Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behaviour in Personality and Social Psychology », *Advances in experimental social psychology*.

Aloulou W., Fayolle A. (2007). « L'enseignement de l'entrepreneuriat à l'université: enjeux, légitimité et pédagogie », in Zghal R. (sous la direction), *L'entrepreneuriat, théories, acteurs, pratiques*, éd. Sanabil med.

Bachelet R., Verzat C. et al., (2004).«Mesurer l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs» Actes du 3^e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Itinéraires d'Entrepreneur, Lyon.

Belley A. (1989). «Opportunités d'affaires: objet négligé de la recherche sur la création d'entreprise », in *Revue PMO*, 4 (1).

Ben Massou S. (2023). La relation entre la formation en entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur au Maroc : le cas de l'Université Cadi Ayyad. *Marché et organisations*, 46, pp. 69-95

Beranger J., Chabbal R. et al. (1998). Rapport sur la formation entrepreneuriale des ingénieurs, octobre, 131 p.

Boissin J.P. et Ewin S. (2007). «Les étudiants et l'entrepreneuriat: l'effet des formations », in *Gestion 2000*, mai-juin, pp. 25-41.

Boudabbous S. (2011). « L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés». *Revue Libanaise de Gestion et d'Économie*, n°6

Bourguiba M.(2007). «De l'intention à l'action entrepreneuriale: Approche comparative auprès de TPE Françaises et Tunisiennes », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Nancy 2.

Boutillier S. et Uzunidis D. (1999). *La légende de l'entrepreneur. Le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Paris, édition, la découverte et Syros.

Boutou B., Boukar H. et Guidkaya Z. (2024). Les caractéristiques et profils des employés intrapreneurs dans les entreprises au Cameroun. *Revue française d'économie et de gestion*, volume 5, numéro 5, pp. 385-407

Brockhaus R., (1980). "Risk-Taking Propensity of entrepreneurs", in *Academy of management Journal*, 23(3), pp. 509-520.

Bruno A. et Tyebjee T., (1982). «The environment for entrepreneurship», in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, N.J.: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.

Collins O., Moore D. et Unwalla D., (1964). *The enterprising man*, Bureau of Business and Economic Research, Graduate school of Business Administration, Michigan state University.

Davidson P., (2006). "Nascent Entrepreneurship: Empirical Studies and Developments", *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 2, pp.1-76.

Deeks J., (1976). The small firm owner-manager, entrepreneurial behavior and management practice, New-York, Praeger Publications.

Dijoux J.J., (2013). “Plaidoyer pour un enseignement à l’esprit d’entreprendre”, in Revue n°3: PME-Education. L’esprit d’entreprendre, Agefa PME Prospectives.

Djouda Feudjio Y. B. (2009). “L’adoption du système LMD par les universités du Cameroun : enjeux, contraintes et perspectives », in Conseil pour le développement de la recherche en sciences sociales en Afrique, Vol 2, N° 1 et 2

Dussault L. (2011). « Le potentiel entrepreneurial dans les milieux d’enseignement ». Organisations et territoires, vol 20, n°1.

El Mesquine L. et Kaaya A. (2017). « Étude du potentiel entrepreneurial des étudiants de l’Université Ibn Zohr : Cas de la Faculté des Sciences d’Agadir ». Revue de l’Entrepreneuriat et de l’Innovation, 1 (2)

Fayolle A., (2003). Le métier de créateur d’entreprise, éditions d’Organisation.

Fayolle A., (2007). “De l’artisanat à la science: modèle d’enseignement et processus d’apprentissage dans les enseignements en entrepreneuriat », in 5^{ème} Congrès International de l’Entrepreneuriat.

Feudjo J-R, Tchankam J-P. et Wadoum Fofou C. (2017). « vision de l’entrepreneur dirigeant et croissance de l’entreprise : une étude longitudinale dans les pme à forte croissance dans une économie en développement », 35^{ème} Université d’été, Nice.

Filion I.J., (1997). “Le champ de l’entrepreneuriat: historique, évolution, tendances”, in Cahier de recherche n°97 01, HEC Montréal.

Gasse Y. (2011). « Le développement de l’esprit d’entrepreneuriat chez les élèves des cycles primaires et secondaires », document de travail 2011-013.

Giacomin O., Janssen F. et al. (2010). « Impact du sexe et de l’auto-efficacité entrepreneuriale sur l’intention entrepreneuriale des étudiants ; une comparaison internationale’, CRECIS, Louvain

Granger B., (2000). « Oser créer: les associations d’appui aux créateurs proposent une politique ambitieuse pour la création d’entreprise», Editions Charles Léopold Mayer, 1999, 226 p.

Groupe de la Banque Mondiale (2019). Le potentiel de l’écosystème entrepreneurial Mauritanien, Marathon de l’entrepreneur. 59 p.

Groupe d’Expert (2002). « Rapport final-projet-Procédure best sur l’éducation et la formation à l’entrepreneuriat ».

Hamrouni A. et Mohamed B., (2016). « Journal of research and method in education », vol. 6

Hernandez E-M, (2000). «Enseignement de l’entrepreneuriat les leçons d’une expérience de côté d’Ivoire, en France et au Togo », Humanisme et Entreprise, n°240, avril, pp 37-48.

Harouna M. (2020). « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Dosso au Niger ». Revue Française d'Économie et de Gestion, Volume 1, n°6, pp. 1-6

Homida M. (2017). 'L'intention entrepreneuriale chez les étudiants universitaires diplômés', In El-Bahith Review

Hornaday J. et Aboud J., (1971). Characteristics of successful entrepreneur. Personal psychology, 14(2), 141-152.

Jenane H. et Achour Z.A. (2024). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale: cas des étudiants de l'université Mouly Ismail de Meknès, Revue Internationale des Sciences de Gestion, vol 7, n°2, pp. 559-578

Kambale Kavutirwa J. (2024). Personal traits of managers and accounting information in decision-making in small and medium-sized enterprises in the city of Goma in the Democratic Republic of Congo. IJAFAMA, IJAFAMA, 5, 5 pp. 46-67

Kets de Vries M.F., (1977). «The entrepreneurial personality: a person at the crossroads», in Journal of management Studies, 14(1), pp. 34-57.

Koné S. et Coulibaly N. (2024). "L'accompagnement à la création d'entreprises innovantes: une première approche de l'efficacité des pépinières ivoirienne", Revue internationale du Chercheur, Volume 5, numero 2, pp 28-49

Lessem R., (1983), "The act of entrepreneurship", Journal of general management, 8(3), 39-49.

Mahmoudi M., Tounés A et al. (2014). "Intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens", in 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Agadir.

McClelland D. (1961). The Achieving Society, Princeton: D. Van Nostrand.

McClelland D. (1965), "Achievement Motivation can be developed", Harvard Business Review, 43(6), 178

McClelland D. et Winter D., (1969). Motivating economic achievement, New-York, The Free Press.

Moureau R. et Raveleau (2006). "Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale" In Revue internationale PME, Vol 19

OCDE, (1998). Encourager l'esprit d'entreprise, Paris.

OCDE, (2001). «Encourager les jeunes à entreprendre. Les défis politiques », Cahiers Leed, n° 29, Paris, 107 p.

Panday J. et Tewary N.B., (1979). "Locus of control and achievement values of entrepreneur", Journal of occupational psychology, 52(2), pp. 107-111.

Porter M.E., (1982). Choix stratégiques et concurrence, Paris, Economica,

Rajhi N., (2011), « Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement à l'université », Thèse de doctorat en sciences de gestion et management, université de Grenoble.

Rejskind G.F.,(1980). "Autonomy and creativity in children", in Journal of creative behavior, 12(2), pp. 410-414.

Shapero A. et Sokol L., (1982)."The social dimensions of entrepreneurship", Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, inc., Chapter IV, 1982, pp. 72-90.

Schumpeter J.A., (1935). Théorie de l'évolution économique, Paris, Dalloz

Stoner C. et Fry F.L., (1982). "The entrepreneurial decision: dissatisfaction or opportunity"; Journal of Social Business Management, 20(2), pp. 39-44.

Surelemont B. et Kearney P. (2009). Pédagogie et esprit d'entreprendre, De Boeck

Tchagang E. (2017). « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais ». Management et sciences sociales 2017/1, n°22, pp. 172-190

Triandis H. C (1977). "Interpersonal behavior", Monterey, CA: Brooks/Cole.

Verzat C. (2009).« L'intention entrepreneuriale n'est pas un oxymoron », L'expansion Entrepreneuriat, n°1, pp.27-34.

Wadoun Fofou et Roukatou (2023). « Les critères de mesure de la performance des structures d'accompagnement entrepreneurial », Revue Camerounaise d'Économie et de Management, Volume 6, n° 4, pp. 121-145

Wadoun Fofou C. (2018). Acuité visuelle de l'entrepreneure-dirigeant et croissance de l'entreprise, Edition universitaire européenne, 132 p.

Walden J., (1979). "Entrepreneurship: it takes more than a dream", Business Education Forum, 37(7), pp. 25-27.