

Éveiller l'Esprit Entrepreneurial : L'Influence des Programmes d'Orientation sur les Ambitions Entrepreneuriales des Étudiants

Awakening the Entrepreneurial Spirit: The Influence of Orientation Programs on Students' Entrepreneurial Ambitions

SOUISSI Mourad

Enseignant chercheur

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax

Université de Sfax

Laboratoire en économie et gestion

Tunisie

mourad.souissi1111@gmail.com

Pr. BOUJELBENE Younes

Enseignant chercheur

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax

Université de Sfax

Laboratoire en économie et gestion

Tunisie

younes.boujelbene@gmail.com

Date de soumission : 08/08/2024

Date d'acceptation : 12/10/2024

Pour citer cet article :

SOUISSI M. & BOUJELBENE Y. (2024) «Éveiller l'Esprit Entrepreneurial : L'Influence des Programmes d'Orientation sur les Ambitions Entrepreneuriales des Étudiants», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 4 » pp : 150 - 169

Résumé

Les universités jouent un rôle important sur la façon dont les étudiants pensent et agissent en matière d'entrepreneuriat. Bien que des recherches aient été menées sur la relation entre l'éducation à l'entrepreneuriat et les intentions, peu d'études se sont penchées spécifiquement sur l'effet des programmes d'orientation à l'entrepreneuriat en Tunisie. Cette recherche se concentre sur l'analyse des effets de ces programmes d'orientation entrepreneuriaux, fournis par diverses organisations gouvernementales tunisiennes, en utilisant la théorie du comportement planifié. À travers une analyse de régression linéaire, l'étude explore la relation entre les variables indépendantes, telles que l'attitude personnelle, les normes subjectives et le contrôle comportemental Perçu, et la variable dépendante, à savoir l'intention entrepreneuriale. L'échantillon de cette étude est composé de 139 étudiants universitaires tunisiens. Les conclusions indiquent que les programmes de formation en entrepreneuriat ont un impact favorable sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cette recherche apporte des contributions significatives à la littérature sur l'entrepreneuriat en Tunisie, offrant des informations précieuses aux universités et aux décideurs politiques sur l'efficacité des programmes d'orientation entrepreneuriale pour favoriser les intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires. Les implications pratiques sont abordées et des pistes pour des recherches futures sont proposées.

Mots clés : Entrepreneuriat ; intention entrepreneuriale ; théorie du comportement planifié ; programmes d'orientation à l'entrepreneuriat ; éducation.

Abstract

Universities play an important role in shaping how students think and act about entrepreneurship. Although research has been conducted on the relationship between entrepreneurship education and intentions, few studies have looked specifically at the effect of entrepreneurial orientation programs in Tunisia. This research focuses on analyzing the effects of these entrepreneurial orientation programs, provided by various Tunisian governmental organizations, using the theory of planned behavior. Through linear regression analysis, the study explores the relationship between independent variables, such as personal attitude, subjective norms and Perceived Behavioral Control, and the dependent variable, namely entrepreneurial intention. The study sample consists of 139 Tunisian university students. The results show that entrepreneurship orientation programs positively influence students' entrepreneurial intention. This research makes significant contributions to the literature on entrepreneurship in Tunisia, offering valuable information to universities and policymakers on the effectiveness of entrepreneurial orientation programs in fostering university students' entrepreneurial intentions. Practical implications are discussed and avenues for future research are proposed.

Keywords: Entrepreneurship; entrepreneurial intention; theory of planned behavior; entrepreneurial orientation programs; education.

Introduction

Le développement de l'esprit d'entreprise revêt une grande importance pour tout pays souhaitant accroître sa compétitivité sur le marché mondial. Cette approche, basée sur la connaissance et l'éducation, est largement reconnue comme un moteur essentiel de croissance économique. (Boldureanu et al., 2020). En effet, cet état d'esprit dynamique et innovant joue un rôle crucial dans le développement économique des nations en favorisant la création de richesse, l'innovation et la compétitivité sur le marché mondial. De nombreuses études et recherches ont mis en lumière l'importance de l'esprit d'entreprise dans la croissance économique, la création d'emplois, la diffusion de la technologie et en encourageant l'investissement. Les avantages de l'esprit d'entreprise pour le progrès national peuvent être regroupés en deux catégories principales. D'une part, ils simplifient les processus de production, de distribution et de consommation, tout en abordant les problèmes liés à l'emploi et en stimulant les revenus locaux. D'autre part, l'esprit d'entreprise renforce la résilience d'un pays et réduit sa dépendance vis-à-vis des nations étrangères, ce qui en fait un élément vital de la compétitivité économique. Un modèle d'incubateur d'entreprises dédié à l'apprentissage de l'entrepreneuriat est crucial pour former des diplômés dotés de compétences entrepreneuriales en leur offrant une expérience pratique. Cette approche permet aux étudiants de se familiariser avec la gestion d'entreprise, y compris avec des fonctions telles que l'administration et la gestion des ressources humaines (Sudana et al., 2019). Les établissements d'enseignement supérieur, qu'ils soient situés dans des pays développés ou en développement, ont consacré des ressources à l'élaboration de programmes et à l'instauration de mesures de soutien pour encourager l'entrepreneuriat (Wegner et al., 2020). Pour que les pays en développement puissent rivaliser et progresser sur le plan économique, il est crucial de former des futurs dirigeants dotés d'une mentalité entrepreneuriale. En investissant des ressources considérables dans le développement de l'esprit d'entreprise, le gouvernement tunisien encourage activement les initiatives entrepreneuriales novatrices. Les initiatives visant à soutenir et promouvoir l'entrepreneuriat en Tunisie sont devenues un moyen crucial de résoudre le problème du chômage, en particulier chez les jeunes. En outre, leur importance réside dans leur capacité à favoriser la croissance économique et la création d'emplois, ce qui a incité l'État à accorder la priorité à cette approche. Le gouvernement a développé un vaste écosystème entrepreneurial comprenant diverses entités du secteur public, privé et associatif, dans le but de soutenir les jeunes entrepreneurs et de les accompagner dans la réalisation de leurs projets. Ces structures

offrent une gamme étendue de services tout au long du processus de création d'entreprises, depuis la conception initiale du projet jusqu'à la phase de post-crétion.

Les gouvernements et les établissements universitaires ont activement encouragé et soutenu les étudiants qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat, conscients du rôle crucial que joue celui-ci dans la promotion de la croissance économique. Ils proposent aux étudiants divers services de soutien, tels que des conférences, des financements pour des projets de démarrage, des incubateurs, des programmes de certification et des activités extra-universitaires. Ces programmes visent à donner aux étudiants accès à des outils, à du mentorat et à des opportunités pour développer leurs compétences et leur mentalité entrepreneuriale. Les programmes universitaires et les activités d'orientation professionnelle peuvent également directement encourager l'entrepreneuriat (Shahin et al., 2020).

En appliquant la théorie du comportement planifié et en étudiant de manière empirique l'impact de la participation des étudiants universitaires à un programme d'orientation en entrepreneuriat, cette étude apporte une contribution importante à la recherche en entrepreneuriat. Malgré les éloges des chercheurs et des enseignants concernant les supposés avantages de l'éducation entrepreneuriale, l'impact de l'orientation entrepreneuriale sur les intentions des étudiants demeure peu exploré. De ce fait, notre réflexion s'est recentrée autour de la question de recherche suivante : Dans quelle mesure les programmes d'orientation entrepreneuriale sont-ils efficaces dans le développement des intentions entrepreneuriales des étudiants dans l'enseignement supérieur ?

Afin de répondre à cette problématique, cette recherche a pour objectif d'évaluer l'impact des programmes d'orientation vers l'entrepreneuriat, proposés par diverses institutions gouvernementales tunisiennes, en s'appuyant sur la théorie du comportement planifié. Pour ce faire, nous avons élaboré un questionnaire, adressé à 139 étudiants universitaires de la région de Sfax. Nous avons ensuite adopté une méthode d'analyse multivariée, en recourant à la régression linéaire pour examiner l'impact de ces programmes sur les intentions entrepreneuriales des étudiants. Il est indispensable de développer un cadre complet favorisant l'entrepreneuriat dans les établissements d'enseignement supérieur en comprenant les perceptions et les attitudes des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat, ainsi que l'évolution de leurs perspectives suite à la participation à des programmes d'orientation entrepreneuriale.

Ce papier commence par une revue de la littérature, qui explore l'importance des programmes d'orientation en entrepreneuriat, l'intention entrepreneuriale, la théorie du comportement planifié d'Azjen et présente le cadre conceptuel de la recherche. Ensuite, la méthodologie de

recherche est détaillée, avec un focus sur les instruments de mesure utilisés, les méthodes statistiques appliquées, et l'évaluation de la validité et de la fiabilité des données. Les résultats obtenus sont ensuite présentés et discutés dans la partie suivante, avant de conclure. Enfin, nous mettons en lumière les contributions de cette recherche tout en identifiant ses limites et en proposant des pistes pour des recherches futures.

1. Revue de littérature

1.1 Programme d'orientation en entrepreneuriat et son importance

L'activité entrepreneuriale joue un rôle essentiel dans la croissance économique et la création d'emplois. Dans cette optique, les universités tunisiennes, en collaboration avec les organismes nationaux, ont intégré une gamme de programmes de formation et de recherche pour l'éducation et la formation des étudiants, afin de les encourager et de les soutenir dans leur parcours entrepreneurial.

Plusieurs établissements d'enseignement ont mis en place un Programme d'orientation à l'entrepreneuriat (POE) afin d'inciter les étudiants à envisager une carrière dans l'entrepreneuriat. Cette approche vise à former et à accompagner les étudiants intéressés par l'entrepreneuriat. Les résultats de l'étude ont montré des effets positifs sur les participants qui ont suivi un programme d'entrepreneuriat de niveau universitaire. (Iglesias-Sánchez et al., 2016).

Le Programme d'Orientation Entrepreneuriale vise à éveiller la conscience des étudiants quant aux bénéfices liés à la création d'une nouvelle entreprise à la fin de leurs études, plutôt que de se limiter à la recherche d'un emploi. Les experts en entrepreneuriat consultés approuvent généralement cette approche, qui est alignée sur les initiatives prises par les institutions académiques, les organismes gouvernementaux et d'autres entités financières pour encourager la création d'idées de projets entrepreneuriaux (Javier & Duana-avila, 2022).

L'effet d'un Programme d'Orientation Entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants peut être significatif. Ces programmes sont élaborés dans le but d'équiper les étudiants des connaissances, compétences et mentalités requises pour s'engager dans des initiatives entrepreneuriales. Voici quelques manières clés par lesquelles un Programme d'Orientation Entrepreneuriale peut influencer l'intention entrepreneuriale :

1. **Éveil de la passion** : Les POE exposent les étudiants à des histoires inspirantes, des succès d'entrepreneurs et des études de cas. Cela peut éveiller la passion pour l'entrepreneuriat et stimuler l'intérêt des étudiants.

2. **Développement de compétences** : Les POE offrent des ateliers, des formations et des mentors qui permettent aux étudiants d'acquérir des compétences pratiques telles que la gestion financière, la planification stratégique et la communication.
3. **Réseautage et opportunités** : Les POE facilitent les rencontres avec des entrepreneurs, des investisseurs et d'autres professionnels du secteur. Ces interactions créent des opportunités de collaboration, d'apprentissage et de mentorat.
4. **Changement de mentalité** : Un POE encourage les étudiants à adopter une mentalité entrepreneuriale axée sur la créativité, la prise de risque et la persévérance. Elle les incite à voir les problèmes comme des opportunités et à chercher des solutions innovantes.

En fin de compte, un POE peut jouer un rôle crucial dans la formation d'une nouvelle génération d'entrepreneurs en inspirant, en éduquant et en connectant les étudiants avec l'écosystème entrepreneurial.

1.2 L'intention entrepreneuriale

L'esprit d'entreprise est largement reconnu comme un facteur de motivation important pour améliorer la compétitivité mondiale des économies, comme en témoignent les nombreux stratégies, plans et programmes mis en place par les gouvernements du monde entier pour soutenir et encourager la création d'entreprise (Soomro et al., 2021).

L'étude menée par Tomy et Pardede (2020) révèle que le désir de s'engager dans l'entrepreneuriat est positivement influencé par la sensibilisation à ce domaine. L'un des concepts fondamentaux largement abordés dans la littérature sur l'entrepreneuriat est l'orientation entrepreneuriale (OE) (Al-Awlaqi et al., 2021). L'OE se concentre principalement sur la façon dont les entreprises abordent la création de nouvelles activités (Byrne & Fayolle, 2009). De nombreuses études ont examiné l'impact des programmes d'entrepreneuriat sur les étudiants universitaires, qui constituent un public cible crucial pour de telles initiatives.

Les programmes d'orientation entrepreneuriale (POE) sont conçus pour fournir aux étudiants universitaires les compétences, les connaissances et les attitudes nécessaires pour devenir des entrepreneurs à succès (Zineelabidine et al., 2018). Les POE sont généralement proposées par des centres d'entrepreneuriat ou des universités et visent à développer l'orientation entrepreneuriale des étudiants, qui est définie comme un ensemble d'attitudes et de comportements permettant aux individus d'identifier et de poursuivre des opportunités entrepreneuriales (RAJHI, N. 2011). Les POE sont généralement structurés comme une

combinaison d'enseignement en classe, d'apprentissage expérientiel et de mentorat, qui visent tous à améliorer l'auto-efficacité et les intentions entrepreneuriales des étudiants.

Les intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires sont largement façonnées par un programme entrepreneurial (Spinuzzi et al., 2020). L'identification d'opportunités commerciales durables est largement motivée par les intentions (Thelken & Jong, 2020). Les intentions de devenir un entrepreneur sont influencées positivement par les attitudes et le contrôle comportemental perçu (Adekiya & Ibrahim, 2016 ; Xiao & North, 2017 ; Alamineh, 2022).

Le développement de l'intention entrepreneuriale des étudiants est considérablement influencé par leurs traits de personnalité, l'environnement universitaire et d'autres facteurs institutionnels (Soomro et al., 2021). Le besoin d'emploi après l'obtention du diplôme est souvent le premier élément déclencheur qui éveille la conscience des étudiants et initie le processus de prise de décision (Overall et al., 2018).

Les cadres théoriques des intentions entrepreneuriales suggèrent que les croyances, attitudes et perceptions des individus influencent leur probabilité de s'engager dans des activités entrepreneuriales (Tchagang, E. & Tchankam, J. 2018). Ces cadres proposent que les intentions entrepreneuriales sont façonnées par une combinaison de facteurs personnels, tels que l'auto-efficacité et la propension à prendre des risques, et de facteurs environnementaux, tels que l'exposition à des modèles entrepreneuriaux et l'accès aux ressources. Les POE peuvent avoir un impact significatif sur ces facteurs en offrant aux étudiants la possibilité d'interagir avec des entrepreneurs à succès, d'apprendre de leurs expériences et de développer leurs propres compétences et attitudes entrepreneuriales.

Des études empiriques ont montré que les POE peuvent être efficaces pour accroître les intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires (Bachiri, M. 2016). Par exemple, une étude menée au Maroc a révélé que les programmes de formation à l'entrepreneuriat avaient un impact positif sur l'attitude des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat et sur leur intention de créer une entreprise (Bachiri, M. 2016). Une autre étude menée en Espagne a révélé que les POE augmentaient l'auto-efficacité des étudiants et leur probabilité de poursuivre des activités entrepreneuriales (Kacem, 2017). Ces résultats suggèrent que les POE peuvent être un outil efficace pour promouvoir l'entrepreneuriat parmi les étudiants universitaires et cultiver une culture d'innovation et d'entrepreneuriat (Tanane et al., 2016).

1.3 Théorie du comportement planifié d' Ajzen

La théorie du comportement planifié (TCP) d' Ajzen (1991) est une théorie psychosociale fréquemment employée pour étudier les projets de création d'entreprise, notamment dans les contextes éducatifs et d'apprentissage. Cette théorie postule que les intentions d'une personne à réaliser un comportement spécifique sont le meilleur prédicteur de ce comportement, et que ces intentions sont influencées par trois facteurs principaux : Le premier est l'attitude personnelle (AP) à l'égard du comportement, qui fait référence à la manière dont l'action est évaluée par une personne. Deuxièmement, les normes subjectives (NS), qui font référence au degré d'influence sociale (c'est-à-dire la famille, les amis, les camarades de classe, les collègues de travail ou les communautés) sur l'action ou la décision d'une personne. Enfin, le contrôle comportemental perçu (CCP) fait référence à la facilité ou à la difficulté qu'une personne pense avoir à créer une entreprise, ainsi qu'à sa confiance dans sa capacité à relever les défis et à réussir dans une mesure qu'ils jugent acceptable. Il s'agit notamment de réglementations strictes, d'imposition fiscale, de manque d'installations et de main-d'œuvre, de contraintes financières, etc. (Wijayati et al., 2021).

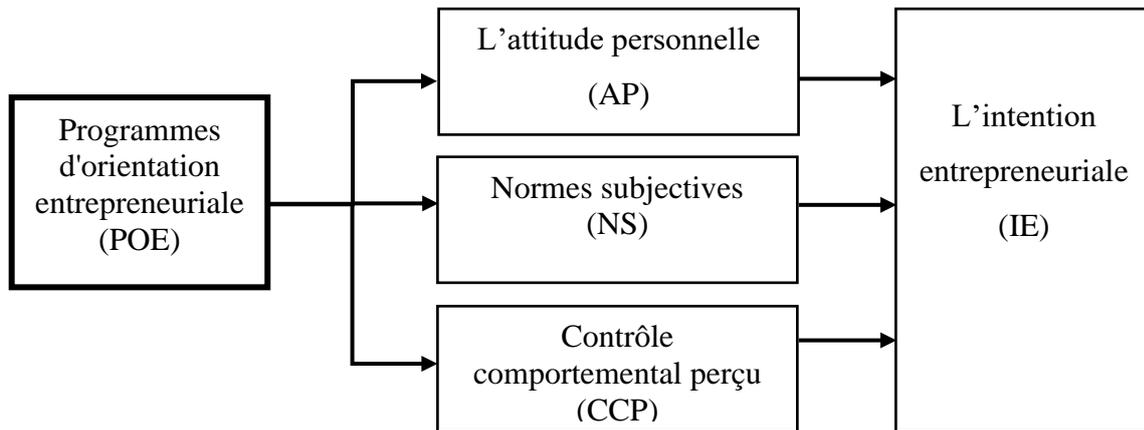
La TCP est considérée dans les programmes d'orientation entrepreneuriale (POE) comme un indicateur fiable et un prédicteur de comportement (Fayolle et al. 2006). Ainsi, de nombreuses recherches ont également confirmé l'efficacité du TCP dans la prédiction des intentions entrepreneuriales. Par exemple, Krueger et Carsrud (1993) ont constaté que les intentions entrepreneuriales étaient un prédicteur significatif du comportement entrepreneurial effectif chez les étudiants universitaires.

Pour évaluer le POE puis suivre les changements dans l'intention entrepreneuriale au cours du processus éducatif, un outil dynamique basé sur la théorie est prévu et également pratique. Le TCP pourrait permettre de mesurer les changements d'opinion sur l'attitude entrepreneuriale, les changements d'opinion envers les normes subjectives, les changements de perspective concernant le contrôle du comportement perçu, et enfin l'évolution des intentions entrepreneuriales sous l'influence de variables indépendantes (Fig. 1) (Aga, 2023 ; Fayolle, 2005).

1.4 Cadre conceptuel de recherche

La figure 1 présente le cadre conceptuel établi pour étudier la relation entre les variables dépendantes et indépendantes.

Figure 1 : Le modèle conceptuel



Source : Elaboré par les auteurs

Ce document de recherche se concentre sur les étudiants universitaires qui ont suivi un programme d'orientation en matière d'entrepreneuriat. Il comprend les questions importantes suivantes sur leur intention entrepreneuriale :

- ➔ Les programmes d'orientation en matière d'entrepreneuriat suscitent-ils des attitudes et des intentions entrepreneuriales chez les étudiants ?
- ➔ Quelles sont les variables qui influencent l'intention entrepreneuriale ?

Pour répondre à ces questions, nous pouvons donc formuler les hypothèses suivantes :

H1 : Il y aurait une relation significative et positive entre l'attitude personnelle (AP), les normes subjectives (NS), le contrôle comportemental perçu (CCP) et l'intention entrepreneuriale (IE).

H2 : Il y aurait une relation positive entre les variables de la théorie de comportement planifié.

H2.1: L'attitude à l'égard du comportement est positivement associée à l'intention d'entreprendre.

H2.2 : Les normes subjectives sont positivement associées à l'intention d'entreprendre.

H2.3 : Le contrôle comportemental perçu est positivement associé à l'intention d'entreprendre.

2. Méthodologie de recherche

La raison d'être de l'étude est de déterminer comment les programmes d'orientation entrepreneuriale ou les programmes de sensibilisation à l'esprit d'entreprise affectent les étudiants universitaires en Tunisie est plus précisément les étudiants universitaires de la région de Sfax. L'objectif de l'étude, qui sera basée sur des questions d'enquête, est d'évaluer dans quelle mesure ces programmes ont réussi à encourager les étudiants à avoir des attitudes, des capacités et des intentions entrepreneuriales.

2.1 Instruments de mesure

Un questionnaire a été distribué à des étudiants universitaires de la ville de Sfax ayant participé à un programme d'orientation entrepreneuriale.

Les variables qui constituent le cadre conceptuel de cette recherche ont été mesurées en se basant sur le questionnaire d'orientation entrepreneuriale (QOE) d'Un & Montoro-Sanchez (2010), sous la forme d'une échelle de Likert en 5 points et de quelques questions fermées. Ces caractéristiques comprenaient les Normes subjectives (3), le Contrôle comportemental perçu (3), l'Intention entrepreneuriale (3), et l'Attitude personnelle (5). Le questionnaire de l'enquête englobait ces quatre domaines ainsi que des questions portant sur les informations personnelles des répondants, telles que leur nom, leur sexe et leur niveau d'éducation.

Afin d'étudier les attitudes des étudiants (attentes vis-à-vis le programme entrepreneurial), les normes subjectives (l'effet du programme entrepreneurial sur leur compréhension de l'entrepreneuriat), le comportement perçu (l'impact du programme entrepreneurial sur la conscience qu'ils ont de leurs traits entrepreneuriaux, de leur motivation et de leur discipline) et l'intention entrepreneuriale (l'effet du programme entrepreneurial sur leur intention de créer une entreprise), des questions précises ont été élaborées pour chacun de ces aspects.

2.2 Méthodes statistiques

L'objectif principal de cette étude consiste à examiner et à évaluer les relations entre divers facteurs internes identifiés dans le modèle d'Ajzen (1991) et l'orientation des étudiants universitaires vers l'esprit d'entreprise. L'échantillon de population comprend 139 individus. Pour ce faire, nous avons opté pour une méthode d'analyse multivariée, car elle permet d'explorer les relations entre quelques variables indépendantes et les variables dépendantes. Plus précisément, la régression linéaire est utilisée pour élaborer un modèle prévoyant la valeur probable de la variable dépendante en fonction des variables indépendantes, ce qui s'avère idéal pour illustrer l'influence de la théorie de comportement planifié sur l'intention

entrepreneuriale. Notre principal objectif est d'évaluer l'impact des Programme d'orientation entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale. La variable dépendante principale est l'intention entrepreneuriale, tandis que les variables indépendantes sont l'attitude personnelle, les normes subjectives, et le contrôle comportemental perçu du modèle de référence.

2.3 Validité et fiabilité

L'analyse de fiabilité est un outil qui permet de déterminer le degré d'interdépendance des éléments d'un questionnaire et fournit un indicateur général de la cohérence globale ou interne de l'échelle. L'outil est valide s'il mesure ce qu'il est censé mesurer. Avant de passer à l'interprétation des résultats obtenus, il est important de préciser que le coefficient Alpha de Cronbach se situe entre 0 et 1. Plus le coefficient Alpha de Cronbach est élevé, plus les items mesurent de manière cohérente le même phénomène. Nunnally (1978) suggère d'utiliser un alpha supérieur à 0,6 pour juger de la fiabilité de la mesure.

Pour confirmer notre choix, nous procédons à la présentation des résultats tirés du logiciel SPSS. A ce stade, nous résumerons les résultats des tests de fiabilité des échelles dans le tableau suivant :

Tableau 1 - Résultats des tests de fiabilité des mesures variables

Variables	Nombre d'item	Alpha de Cronbach
Attitude personnelle	5	0,895
Normes subjectives	3	0.762
Contrôle comportemental perçu	3	0.80
Intention entrepreneuriale	3	0.841

Source : Elaboré par les auteurs

Le premier tableau fournit un résumé des résultats des tests de fiabilité des items utilisés pour mesurer les variables de l'étude. La majorité des alphas étant supérieurs à 0,6, les mesures sont considérées comme fiables. Chacun de ces facteurs, qui sont distincts les uns des autres, affecte directement l'orientation entrepreneuriale des étudiants universitaires.

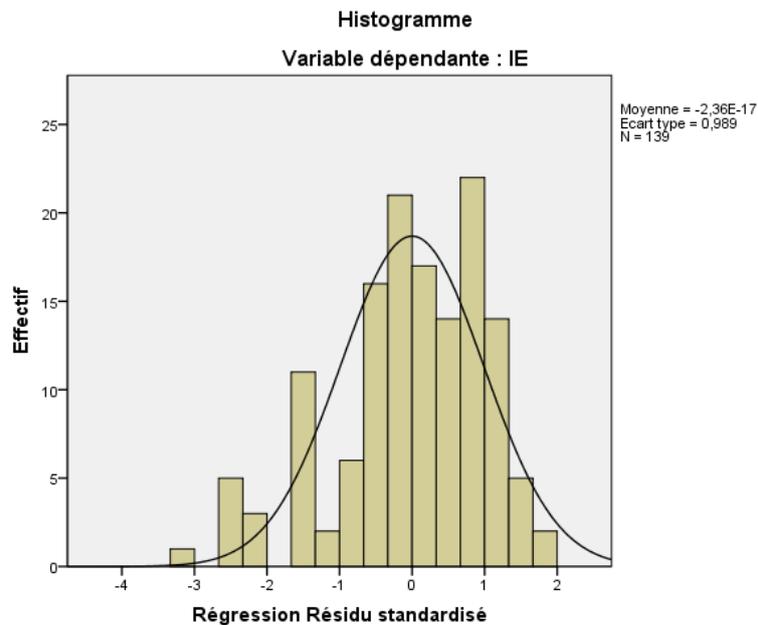
3. Résultats

Afin de donner un aperçu de la composition de l'échantillon, qui comprend 139 étudiants, nous avons procédé à une analyse descriptive. L'étude présentait une représentation équilibrée des deux sexes, avec 56,8% d'hommes et 43,2% de femmes, conformément au ratio hommes-femmes.

Une analyse de régression multiple a été utilisée pour examiner la relation entre l'attitude personnelle (AP), les normes subjectives (NS), le contrôle comportemental perçu (CCP) et l'intention entrepreneuriale (IE) des étudiants. Les modèles de régression linéaire multiple doivent répondre à plusieurs hypothèses, dont la colinéarité, la linéarité et l'homoscédasticité, en fonction des variables indépendantes et dépendantes ainsi que de leur relation globale, toutes couvertes par ces hypothèses (Hair et al., 2010). Ces vérifications ont été effectuées dans le cadre de cette étude pour garantir que l'ensemble des données était approprié pour une analyse de régression linéaire multiple.

Selon la théorie de l'homoscédasticité, la variance de la distribution normale de la variable dépendante doit rester constante à travers toutes les plages de la variable indépendante. Lorsque les résidus sont distribués de manière aléatoire autour de la ligne horizontale à zéro dans les diagrammes de résidus et que la distribution des données ne présente aucun schéma, on dit qu'un ensemble de données est exempt d'hétéroscédasticité. Cette hypothèse a été vérifiée en examinant les scores résiduels de la variable indépendante à l'aide d'un graphique des résidus normaux. La figure 2, qui démontre une relation favorable et linéaire entre AP, NS, CCP et IE, ne révèle aucune valeur aberrante bivariée.

Figure 2 : Courbe de distribution normale



Source : Elaboré par les auteurs

La régression montre une corrélation significative entre chacun des facteurs du modèle d'Ajzen « Attitude personnelle, Normes subjectives et Control comportemental perçu », avec un effet de 63,6 % sur l'IE. Ce résultat ne se ressemble pas avec les résultats obtenus de plusieurs travaux de recherche notamment celle avancé par Yli-Renko, et al. (2001), qui ont affirmé que le contrôle comportemental perçu avait un impact plus fort que les attitudes et les normes subjectives. Les normes subjectives n'étaient pas significatives dans certains contextes culturels et éducatifs, montrant que la pression sociale varie en importance selon l'environnement.

Nous pouvons évaluer l'importance relative de chaque facteur séparément de manière plus détaillée grâce au tableau, et nous pouvons voir que AP, NS et CCP sont tous les trois les plus significatifs. Ce résultat se coïncide avec les résultats obtenus de plusieurs travaux de recherche en particulier celle de l'étude menées par HAROUNA M (2020), qui affirment que l'intention entrepreneuriale est influencée de manière simultanée par les attitudes liées aux comportements, les normes subjectives, ainsi que par la perception du contrôle comportemental des étudiants. Pour notre échantillon, nous pouvons confirmer H1 car les trois dimensions combinées ont suffisamment de force pour soutenir le modèle proposé. Les corrélations constructives entre les dimensions du modèle d'Ajzen lorsqu'elles sont appliquées aux données de l'échantillon d'étudiants universitaires sont présentées dans le tableau 2.

Tableau 2 - Corrélation entre les variables

		Corrélations			
		IE	AP	NS	CCP
Corrélation de Pearson	IE	1,000	,645	,582	,642
	AP	,645	1,000	,527	,562
	NS	,582	,527	1,000	,452
	CCP	,642	,562	,452	1,000

Source : Elaboré par les auteurs

Dans le modèle, nous avons trouvé des effets positifs de AP, NS et CCP sur l'IE : ($R^2 = 0,63$, Sig < 0,05) pour les trois variables (Tableau 3). Ces résultats soutiennent H2.

Tableau 3 - Résumé du modèle

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,798 ^a	,636	,628	,603	,636	78,770	3	135	,000	1,823

a. Valeurs prédites : (constantes), CCP, NS, AP

b. Variable dépendante : IE

Source : Elaboré par les auteurs

Une fois que les conditions de multicollinéarité, d'hétéroscédasticité et de linéarité ont été remplies, le lien entre les variables dépendantes et indépendantes peut être déterminé à l'aide d'une analyse de régression linéaire multiple. $R^2 = 0,636$. Les variables indépendantes AP, NS et CCP représentent 63,6% de la variance de l'IE des étudiants. C'est à dire que la valeur R^2 de 0,636 montre que les variables indépendantes peuvent prédire 63,6% de la variance de l'intention entrepreneuriale. Par conséquent, on peut dire que le modèle a bien prédit l'intention entrepreneuriale des étudiants de cette étude.

La valeur statistique F, est importante et significative, indique une forte corrélation entre les variables indépendantes d'une part et la variable dépendante d'autre part. La signification générale du modèle de régression, comme le montre le tableau ANOVA (tableau 4), est clairement établie. $F = 78,77$, $sig < 0,001$; cette prédiction représentait 63,6 % de la variance de l'IE des étudiants, avec un R^2 ajusté de 0,628. La différence entre R^2 et R^2 ajusté de 0,008 indique que la taille de l'échantillon est suffisante.

Tableau 4 – ANOVA

ANOVA ^b						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Sig.
1	Régression	85,802	3	28,601	78,770	,000 ^a
	Résidu	49,018	135	,363		
	Total	134,820	138			

a. Valeurs prédites : (constantes), CCP, NS, AP

b. Variable dépendante : IE

Source : Elaboré par les auteurs

L'utilité de chaque variable indépendante pour expliquer la variable dépendante est détaillée dans le tableau 5. D'après le coefficient non standardisé (β), les variables indépendantes AP,

NS et CCP sont significativement corrélées avec les intentions entrepreneuriales. Une valeur sig de 0,000 signifie que le modèle est influencé de manière significative par tous les concepts théoriques d'Ajzen. En outre, comme toutes les valeurs Sig sont inférieures à 0,001, on peut affirmer que l'AP, le NS et le CCP représentent une part importante de la variance distinctive de l'IE des étudiants.

Tableau 5 – Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés			Statistiques de colinéarité	
	B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.	Tolérance	VIF
1 (Constante)	4,036	,051		1,823	,000		
AP	,258	,067	,261	3,871	,000	,591	1,693
NS	,232	,062	,235	3,754	,000	,687	1,456
CCP	,457	,064	,462	7,185	,000	,472	1,538

a. Variable dépendante : IE

Source : Elaboré par les auteurs

Conclusion

L'intention et le comportement entrepreneurial sont largement considérés comme un sujet de recherche important car ils reposent sur la théorie selon laquelle l'intention de la personne est un prédicteur fiable du comportement futur. Dans ce contexte, la théorie du comportement planifié (TCP) a été largement utilisée pour identifier les facteurs qui influent sur les intentions entrepreneuriales, en particulier lors de l'analyse des choix de carrière des jeunes. (Henley et al., 2017). Cette étude souligne l'importance cruciale des programmes d'orientation entrepreneuriale dans le développement des intentions entrepreneuriales chez les étudiants universitaires. Le présent travail s'est concentré sur l'examen de la manière dont les étudiants perçoivent l'esprit d'entreprise et, par conséquent, sur la manière dont ils sont enclins à poursuivre une carrière entrepreneuriale. Nous avons abordé diverses questions en nous appuyant sur le modèle du comportement planifié (TCP) d'Ajzen (1991), un cadre théorique largement reconnu et couramment utilisé. Les trois composantes clés du TCP, à savoir les attitudes personnelles (AP), les normes subjectives (NS) et le contrôle comportemental perçu (CCP), ont été examinées pour éclairer leur impact sur les intentions entrepreneuriales des

étudiants. Nos hypothèses ont été validées à l'aide d'une analyse de régression, révélant ainsi des relations causales positives et significatives entre toutes les dimensions du TCP et les programmes d'orientation en entrepreneuriat.

Dans l'ensemble, les résultats soulignent l'importance cruciale de promouvoir les programmes d'orientation et de formation à l'entrepreneuriat comme l'une des meilleures stratégies pour encourager les intentions entrepreneuriales chez les étudiants universitaires. Selon la recherche empirique, deux éléments sont connus pour encourager les étudiants à faire carrière dans l'entrepreneuriat : la disponibilité de programmes de formation à l'entrepreneuriat et une perception positive des entrepreneurs au sein de l'université (Fayolle, 2005). L'attitude entrepreneuriale (Liguori et al., 2019) et le développement de l'auto-efficacité (Boyd, 2017) devraient constituer l'une des principales préoccupations. Il pourrait être possible d'accroître l'auto-efficacité des étudiants en les sensibilisant davantage aux ressources extérieures grâce à des campagnes de communication et de promotion ciblées visant spécifiquement les universités. L'objectif est de doter les diplômés de compétences qu'ils pourront utiliser pour prévenir le chômage (Sudana et al., 2019).

Cette étude apporte trois contributions principales : la première contribution est d'ordre théorique et vise à approfondir la littérature existante sur la recherche en entrepreneuriat. Cette démarche consiste à élargir la compréhension des concepts clés, à explorer de nouvelles perspectives et à consolider les fondements théoriques de ce domaine en constante évolution.

La deuxième contribution est d'ordre pratique : Les institutions universitaires devraient mettre en place un programme d'orientation et de formation à l'entrepreneuriat obligatoire pour préparer les étudiants à lancer leur propre entreprise après l'obtention de leur diplôme. Les résultats soulignent l'importance des efforts en cours pour améliorer les programmes de formation qui accordent la priorité à l'expérience pratique plutôt qu'aux connaissances théoriques, ce qui montre que l'esprit d'entreprise se développe de manière positive. Cependant, malgré ces avancées, cela reste insuffisant. La formation en alternance serait préférable tout au long du parcours universitaire afin que les étudiants puissent mettre en pratique les connaissances et compétences déjà acquises dans un contexte réel. Cela permettrait de consolider une culture entrepreneuriale solide qui servirait de base pour leur future carrière entrepreneuriale. En effet, en étant immergés dans des environnements professionnels dès leur formation, les étudiants peuvent acquérir une expérience précieuse, développer leur réseau professionnel et comprendre les défis concrets auxquels ils pourraient être confrontés en tant qu'entrepreneurs. De plus, cette approche favorise l'interaction entre le

monde académique et le monde des affaires, ce qui encourage l'innovation, la créativité et l'adaptabilité, des qualités essentielles pour réussir dans le monde entrepreneurial en constante évolution. En intégrant la formation en alternance tout au long du cursus universitaire, les établissements d'enseignement supérieur peuvent jouer un rôle crucial dans la préparation des étudiants à devenir des entrepreneurs compétents et prospères.

Enfin, la troisième contribution est méthodologique : les décideurs politiques peuvent efficacement répondre à la nécessité de stimuler l'intérêt des étudiants pour une carrière entrepreneuriale en prenant en compte ces perspectives. Les établissements universitaires peuvent instaurer divers programmes tels que des incubateurs universitaires, des initiatives de mentorat, des concours de projets d'entreprise et des possibilités de financement, dans le but de stimuler l'esprit entrepreneurial chez les étudiants.

Cette étude, comme toute autre recherche, présente certaines limites. La première limite concerne la taille de l'échantillon de notre étude qui est relativement petite, ce qui ne permet pas de généraliser les résultats obtenus (l'échantillon est limité à 139 étudiants dans l'enseignement supérieur appartenant à la ville de Sfax). Cependant, il serait intéressant de mener des études sur différents contextes géographiques étendus afin d'examiner la comparaison et la conformité de nos résultats. La deuxième limite est que cette recherche a été menée sur une courte période. Une étude longitudinale pourrait être préférable pour mener une étude appropriée du développement des intentions entrepreneuriales des étudiants sur le long terme, ce qui permettrait de mieux comprendre les facteurs qui influent sur ces intentions et leur évolution au fil du temps. De plus, une analyse approfondie des différences culturelles et socio-économiques entre les populations étudiantes pourrait fournir des insights précieux sur la manière dont ces facteurs façonnent les aspirations entrepreneuriales. En outre, des recherches qualitatives approfondies pourraient aider à approfondir notre compréhension des motivations, des défis et des opportunités spécifiques auxquels sont confrontés les étudiants dans leur parcours entrepreneurial. Enfin, des recherches ultérieures pourraient examiner l'efficacité de diverses stratégies de sensibilisation et d'accompagnement à l'entrepreneuriat pour différents groupes d'étudiants, en se concentrant sur l'identification des approches les plus efficaces pour susciter l'intérêt des étudiants dans le domaine entrepreneurial.

Bibliographie

- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *International Journal of Management Education*, 14(2), 116–132. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Aga, M. K. (2023). The mediating role of perceived behavioral control on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1–21. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2243178/v1>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alamineh, H. G. (2022). A comparative study on influencing factors of university and technical and vocational education and training (TVET) graduate students intentions toward entrepreneurship: Evidence from Addis Ababa City, Ethiopia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 12(1), 83–96. <https://doi.org/10.1007/s40497-022-00310-8>
- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M., & Habtoor, N. (2021). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses. *International Journal of Management Education*, 19(1), 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.003>
- Bachiri, M. (2016). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine ?. *Management & Avenir*, 89, 109–127. <https://doi.org/10.3917/mav.089.0109>
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., & ... (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*.
- Boyd, S. F. B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: A correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 656–672.
- Byrne, J., & Fayolle, A. (2009). Corporate entrepreneurship training evaluation: A model and a new research perspective. *Industry and Higher Education*, 23(3), 163–174. <https://doi.org/10.5367/000000009788640242>
- Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: Behaviour performing or intention increasing? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 89.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (Eds.). (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- HAROUNA M (2020) « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Dosso au Niger », *Revue Française d'Economie et de Gestion* « Volume 1 : Numéro 6 » pp : 1 – 16

- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(6), 1017–1032. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0031>
- Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A. P., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education and Training*, 58(2), 209–228. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2015-0004>
- Javier, T., & Duana-avila, D. (2022). Discourse on entrepreneurial orientation in Hidalgo State (p. 14). Mexico.
- Kacem, O. (2017). L'intention Entrepreneuriale Chez Les étudiants Universitaires Diplômés. *El-Bahith Review*, 147.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(October), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Liguori, E., Winkler, C., Vanevenhoven, J., Winkel, D., James, M., Winkler, C., Vanevenhoven, J., Winkel, D., & James, M. (2019). Entrepreneurship as a career choice : Intentions, attitudes, and outcome expectations. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/08276331.2019.1600857>
- Nunnally, J. C. (1978). An overview of psychological measurement. *Clinical diagnosis of mental disorders: A handbook*, 97-146.
- Overall, J., Gedeon, S. A., & Valliere, D. (2018). What can universities do to promote entrepreneurial intent? An empirical investigation. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(3), 312–332. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.093227>
- RAJHI, N. (2011). Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification Des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur Tunisie. France : université de Grenoble INP.
- Shahin, M., Ilic, O., Gonsalvez, C., & Whittle, J. (2020). The impact of a STEM-based entrepreneurship program on the entrepreneurial intention of secondary school female students. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00713-7>
- Soomro, B. A., Memon, M., & Shah, N. (2021). Attitudes towards entrepreneurship among the students of Thailand: An entrepreneurial attitude orientation approach. *Education and Training*, 63(2), 239–255. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2020-0014>
- Spinuzzi, C., Altounian, D., & Pogue, G. P. (2020). Go or no go: Learning to persuade in an early-stage student entrepreneurship program. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 63(2), 100–117. <https://doi.org/10.1109/TPC.2020.2982025>
- Sudana, I. M., Apriyani, D., Suprpto, E., & Kamis, A. (2019). Business incubator training management model to increase graduate competency. *Benchmarking*, 26(3), 773–787. <https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2018-0069>
- Tanane, P., Sefri, Y., Benmokhtar, P., Ouaskit, P., Bennamara, P., Oumam, P., Bouaghroumni, P., Radid, M., Bouamrani, P., Saber, P., Bouari, P., Saile, R., Chafiai, P.,

- Sebti, S., Jamali, P., Tahiri, M., Kouali, P., Tairi, P., Ezzine, P., & Tanane, O. (2016). *N° 2 VOL. I de la revue REINNOVA*.
- Tchagang, E. & Tchankam, J. (2018). Les antécédents sociodémographiques de l'intention entrepreneuriale des étudiants : le rôle médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale. *Management & Prospective*, 35, 21-46. <https://doi.org/10.3917/g2000.351.0021>
- Thelken, H. N., & Jong, G. D. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266, 122052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(7), 1423–1447. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2019-0370>
- Un, C. A., & Montoro-Sanchez, A. (2010). Innovative capability development for entrepreneurship A theoretical framework. *Journal of Organizational Change Management*, (July 2010). <https://doi.org/10.1108/09534811011055403>
- Wegner, D., Thomas, E., Teixeira, E. K., & Maehler, A. E. (2020). University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 307–325. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2018-0648>
- Wijayati, D. T., Fazlurrahman, H., Hadi, H. K., & Arifah, I. D. C. (2021). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention through planned behavioural control, subjective norm, and entrepreneurial attitude. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 11(1), 505–518. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00298-7>
- Xiao, L., & North, D. (2017). The graduation performance of technology business incubators in China's three tier cities: The role of incubator funding, technical support. *Journal of Technology Transfer*, 42(3), 615–634. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9493-4>
- Yli-Renko, H., Autio, E., & Sapienza, H. J. (2001). Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic management journal*, 22(6-7), 587-613.
- Zineelabidine, M., Hassainate, M., & Hammouchi, M. S. (2018). L'intention entrepreneuriale : Revue de littérature et thématique d'analyse.