



GLOBAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS RESEARCH: A  
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT  
Volume 20 Issue 5 Version 1.0 Year 2020  
Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal  
Publisher: Global Journals  
Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853

# L'influence de la Désirabilité Perçue et de la Faisabilité Perçue Sur la Formation de L'intention Entrepreneuriale des Diplômés de L'enseignement Supérieur au Cameroun

By Boubakari Abdouraman & Feudjo Jules Roger

*Université de Maroua*

**Abstract-** This research focuses on analysing the factors explaining the formation of entrepreneurial intent among young graduates in Cameroon. Based on the the oretical contributions of the various authors on the analysis of entrepreneurial behavior (Ajzen, 1991; Shapero and Sokol, 1982), we have made research hypotheses in order to confrontthemwith the realities of ourcontext. In entrepreneurial literature, the formation of entrepreneurial intentions depends on perceived desirability and perceived feasibility. Results from an empirical study of a sample of 490 recent graduates confirmed our two research hypotheses. This research workmakes a modest contribution to the debate about the entrepreneurial intentions of graduates.

**Keywords:** *perceived desirability, perceived feasibility, entrepreneurial intentions, graduates.*

**GJMBR-A Classification:** *JEL Code: M10*



*Strictly as per the compliance and regulations of:*



RESEARCH | DIVERSITY | ETHICS

# L'influence de la Désirabilité Perçue et de la Faisabilité Perçue Sur la Formation de L'intention Entrepreneuriale des Diplômés de L'enseignement Supérieur au Cameroun

Boubakari Abdouraman <sup>α</sup> & Feudjo Jules Roger <sup>ο</sup>

**Résumé-** Cette recherche s'intéresse à l'analyse des facteurs expliquant la formation de l'intention entrepreneuriale chez les jeunes diplômés au Cameroun. En se basant sur les contributions théoriques des différents auteurs sur l'analyse du comportement entrepreneuriale (Ajzen, 1991; Shapero et Sokol, 1982), nous avons émis des hypothèses de recherche afin de les confronter aux réalités de notre contexte. Dans la littérature en entrepreneuriat, la formation des intentions entrepreneuriales dépend de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue. Les résultats issus d'une étude empirique menée auprès d'un échantillon composé de 490 jeunes diplômés ont permis de confirmer nos deux hypothèses de recherche. Ce travail de recherche apporte sa modeste contribution au débat portant sur les intentions entrepreneuriales des diplômés.

**Mots-clés:** *désirabilité perçue, faisabilité perçue, intention entrepreneuriale, diplômés.*

**Abstract-** This research focuses on analysing the factors explaining the formation of entrepreneurial intent among young graduates in Cameroon. Based on the the oretical contributions of the various authors on the analysis of entrepreneurial behavior (Ajzen, 1991; Shapero and Sokol, 1982), we have made research hypotheses in order to confront them with the realities of our context. In entrepreneurial literature, the formation of entrepreneurial intentions depends on perceived desirability and perceived feasibility. Results from an empirical study of a sample of 490 recent graduates confirmed our two research hypotheses. This research work makes a modest contribution to the debate about the entrepreneurial intentions of graduates.

**Keywords:** *perceived desirability, perceived feasibility, entrepreneurial intentions, graduates.*

## I. INTRODUCTION

L'entrepreneuriat apparait de nos jours comme un facteur déterminant dans le développement d'une économie. Il constitue un vrai moteur pour la création d'emploi et de richesses. La création d'entreprises est devenue depuis une trentaine d'années, la pierre angulaire des politiques publiques des pays développés. Elle doit à la fois permettre de créer des emplois, d'innover, lutter contre la pauvreté,

réduire les inégalités sociales, restructurer les régions en déclin etc. Le paradigme de la société entrepreneuriale se substitue de plus en plus à celui de l'économie salariale, qui s'est développée principalement depuis le début des années 1950 jusqu'à la fin des années 1970. Depuis le début des années 80, la société entrepreneuriale a émergé (Boutillier et Uzinidis (2015)). L'emploi salarié reste dans les économies développées la forme principale d'emploi, mais l'emploi devient plus précaire (travail intérimaire, contrat à durée déterminée, l'augmentation de chômage...). La création d'entreprise est conçue dans le cadre des politiques économiques comme une source de création d'emplois, d'innovation et de la relance d'une activité économique. Entre la fin des années 70 et le début des années 2000, l'emploi salarié a poursuivi sa progression, d'environ 70% de l'emploi total à environ 90% de l'emploi dans les pays industrialisés (Hernandez et Marco (2006); Supiot (2010)). L'incertitude et le risque n'est plus la particularité exclusive de l'entrepreneur, mais aussi du salarié dans un contexte de chômage élevé. La création des entreprises constituerait donc une alternative au chômage.

Dans un dernier rapport de l'Organisation Internationale du Travail (OIT, 2017<sup>1</sup>), il y aurait 192 millions de chômeurs dans le monde dont 38 millions en Afrique. Le taux de chômage mondiale a connu une stabilisation après une hausse en 2016, suite à un taux de 5,6% en 2017. Ce continent subit une explosion démographique qui engendre une jeunesse massive, avec plus de 200 millions des habitants sont âgés de 18 à 24 ans, un chiffre qui devrait être multiplié par deux d'ici 2045. Le taux de chômage des jeunes est également deux fois plus important que celui des adultes. Le taux moyen de chômage des jeunes au monde est de l'ordre de 12,6% et en Afrique, il est de 16,7%. L'Afrique du Nord a beau être l'une des régions les plus touchées, avec un taux de jeunes au chômage de 53%. L'Afrique subsaharienne compte pas moins de

*Author α:* Assistant à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Maroua. e-mail: [questeurbay@gmail.com](mailto:questeurbay@gmail.com)

*Author ο:* Agrégé des Universités en Sciences de Gestion, Professeur Titulaire CAMES, Université de Dschang. e-mail: [jrfeudjodem@yahoo.fr](mailto:jrfeudjodem@yahoo.fr)

<sup>1</sup> Selon le rapport *Emploi et questions sociales dans le monde – Tendances 2018*

30% de jeunes dans les chômeurs. Une accumulation de chiffres, de statistiques qui ne font rien d'autre que témoigner d'une situation critique qui menace la stabilité socio-économique de ces nombreux pays.

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

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

sociales de l'entrepreneuriat de Shapero et Sokol (1982).

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

Cette situation a permis à un certain nombre de recherches en Amérique du Nord (Canada) et même en Europe en milieu universitaire pour la plupart de ces dernières. Ces études ont cherché à comprendre les facteurs explicatifs de l'intention d'entreprendre, soit par les fonctionnaires ou chercheurs (Emin, 2003), soit par les étudiants de façon générale (Kolvereid, 1996; Steffens et al., 2006; Liñan et al., 2011; Krüeger et al., 2000; Boissin et al., 2005; Boissin et al., 2009). Les modèles d'intention sont des meilleurs modèles prédictifs du comportement entrepreneurial (Krüeger, 2003). En effet, ces modèles permettent de comprendre les attitudes individuelles mais également collective des potentiels entrepreneurs à l'égard de la création d'entreprise (Shepherd et Krüeger, 2002). De nombreuses recherches se sont penchées sur la compréhension des facteurs explicatifs du comportement entrepreneurial chez les individus (Krüeger et al., 2000; Krüeger, 2017; Nabi et al., 2017; Maalaoui et Germon, 2017; Boissin et al., 2017).

Ainsi, notre recherche s'inscrit parmi les toutes premières recherches réalisées en contexte camerounais cherchant à identifier les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale en milieu universitaire. Compte tenu du cadre cohérent, simple et robuste (Emin, 2003; Krüeger, 2007) qu'offrent les deux modèles de base dans ce domaine, il nous semble intéressant et judicieux de les utiliser dans notre contexte. Nous relevons également que dans la littérature, ces deux modèles ont jusqu'ici servi de guide pour la compréhension du comportement

entrepreneurial à partir des intentions entrepreneuriales auprès des diplômés.

En outre, nous relevons que ces études ont été menées dans des contextes économiques et socioculturels très différents de celui des pays en développement comme le cas de notre pays que certains auteurs (Saporta et Kombou, 2000 ; Simo, 1998) ont estimé très réfractaire à l'entrepreneuriat (Tchagang, 2017). Nous constatons aussi que le contexte économique de notre pays se trouve classé dans la catégorie des pays à faible revenu par la Banque Mondiale en 2016. En effet, ces derniers sont des pays à économie très instable, marquée par certaines turbulences et une incertitude, conduisant à des emplois essentiellement précaires. Ceci a pour conséquence directe un problème de choix de carrière difficile et compliqué dans ce contexte surtout pour les diplômés de l'enseignement supérieur qui arrivent par milliers chaque année sur le marché de travail (Jones et al., 2008).

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

L'objet de cette recherche est d'identifier les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale en milieu universitaire. L'idée centrale de notre étude consiste à analyser l'influence des variables environnementales, situationnelles et personnelles sur l'intention entrepreneuriale des diplômés. L'état de l'art nous indique que l'intention ne peut être abordée que dans une perspective processuelle qui prend en compte des facteurs personnels et contextuels. Quels sont les déterminants de la formation de l'intention entrepreneuriale des diplômés ? En d'autres termes, quels sont les facteurs qui sont de nature à booster l'esprit de créativité chez les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur au Cameroun ?

Pour apporter des réponses à cette question, ce travail est structuré de la façon suivante : dans le premier point, nous présentons le cadre théorique de référence retenu ; la démarche méthodologique est exposée en deuxième point et enfin le dernier point présente les résultats obtenus des données collectées ainsi que leurs discussions.

## II. CADRE THÉORIQUE ET HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Cette partie ressort l'étude conceptuelle des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale d'une part et les hypothèses de recherche d'autre part.

### a) *Etude conceptuelle de l'intention entrepreneuriale*

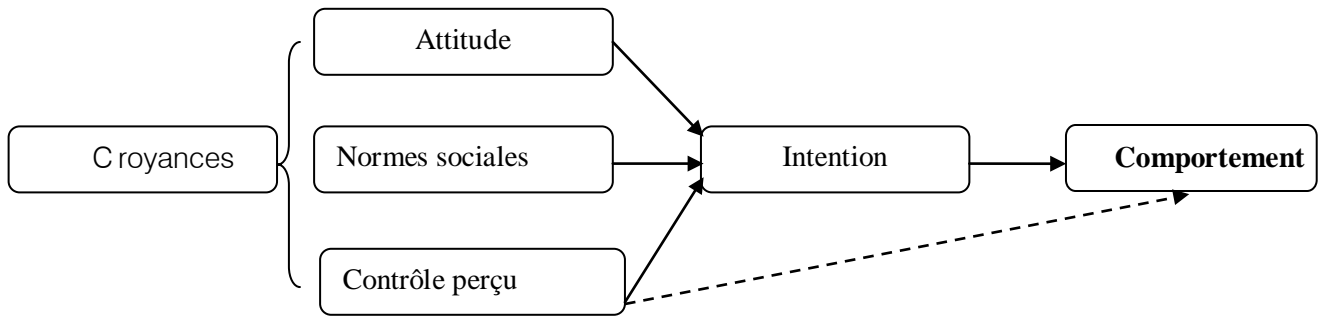
Le cadre théorique de référence pour identifier ces facteurs demeure pour l'ensemble des études, la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle d'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Ces deux modèles ont permis à plusieurs chercheurs d'identifier les facteurs pouvant expliquer le comportement entrepreneurial à partir des intentions que les individus présentent vis-à-vis de l'entrepreneuriat. Au-delà des facteurs identifiés par les chercheurs dans ce domaine, plusieurs d'entre eux ont poussé la réflexion afin d'examiner d'autres facteurs explicatifs de la formation de l'intention entrepreneuriale tels que la culture (Shinnar et al., 2012), le genre (Gupta et al., 2009; Diaz-Garcia et Jiménez-Moreno, 2010), l'éducation (Shinnar et al., 2014; Fayolle et Gailly, 2013) ou les traits de personnalité (Chem et al., 2012; Murugesan et Jayavelu, 2017). Suite à la recension de ces travaux antérieurs réalisés par divers chercheurs, il est aujourd'hui difficile de dégager un consensus sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale (Tchagang, 2017).

Depuis une quinzaine d'années, les chercheurs en entrepreneuriat accordent une attention croissante au phénomène de l'intention entrepreneuriale (IE). Pour de nombreux auteurs, la création d'une entreprise réclame une certaine planification, ce qui nécessite au préalable une intention de réaliser cette action Shapero et Sokol, (1982) et Bird (1988). Dans ce cadre, il est tentant de supposer que l'IE, comprise comme une volonté d'entreprendre, constitue un excellent indice de prédiction du passage à l'acte. Des auteurs comme Krüeger (1993), Kolvereid (1996) ou encore Krüeger et al. (2000) supposent qu'il est possible d'expliquer, voire de prédire l'émergence organisationnelle des nouvelles entreprises sur la base d'un modèle d'intention. On peut considérer que le modèle de Shapero et Sokol (1982) et celui du comportement planifié d'Ajzen (1991) sont les deux modèles qui ont servi, à l'origine, de base scientifique pour les recherches sur la naissance de l'IE. Le premier est propre au champ de l'entrepreneuriat, tandis que le second provient de la psychologie sociale. Tous deux postulent que dans le cadre d'un comportement planifié (dont relève la création d'une entreprise), l'intention est un antécédent de l'acte et constitue donc un excellent indicateur du passage à l'action.

Notre travail repose sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et celui de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). L'utilité de ces modèles pour l'acte de création d'entreprise est déjà justifiée par un certain nombre de recherches empiriques (Kolvereid, 1996 ; Krüeger et al., 2000 ; Emin, 2003; Kennedy et al. (2003) ; Liñan, 2004; Souitaris et al. 2007; Saleh, 2011), d'autant plus que la plupart de ces études ont été réalisées auprès de la population étudiante.

La théorie du comportement planifié, issue de la psychologie sociale, confère à l'intention de l'individu la place centrale dans la genèse du comportement. Selon Ajzen (1991), l'intention est un indicateur de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Le but ultime de cette théorie est de prédire les comportements individuels à partir de l'intention. Elle postule que l'intention est déterminée par l'attitude de l'individu, le contrôle comportemental et les

normes sociales perçues. L'attitude représente le degré de l'évaluation (favorable ou défavorable) envers le comportement en question. Les normes sociales résultent des pressions sociales perçues par rapport au comportement envisagé. Le contrôle perçu fait référence à la facilité ou la difficulté perçue de réaliser le comportement. Ces trois antécédents de l'intention trouvent leur source dans le concept de croyances (figure 1).



Source: adapté d'Ajzen (1991)

Figure 1: La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991)

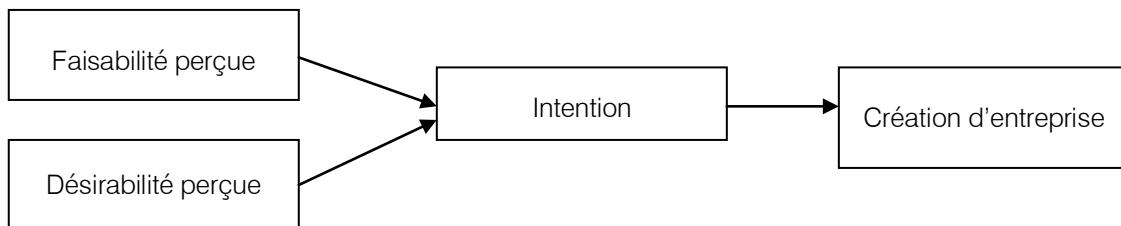
Shapero et Sokol (1982) discutent les dimensions sociales de l'entrepreneuriat et posent un paradigme qui décrit la formation de l'évènement entrepreneurial. Le paradigme se focalise sur la question suivante : comment les membres du groupes, l'environnement social et culturel affecte le choix de devenir entrepreneur et suggère que la formation de l'évènement entrepreneurial est le résultat de l'interaction entre les facteurs situationnels et culturels Shapero et Sokol (1982). Ils posent le postulat que pour qu'une personne initie un changement sérieux dans sa vie, un évènement doit venir déclencher une telle décision. Son choix dépendra de trois éléments soit:

- sa perception de la faisabilité du comportement, qui rejoint sur un plan conceptuel la troisième variable du modèle précédent.

De l'avis de nombreux auteurs (Krüeger et Brazeal, 1994; Krüeger et al., 2000), les modèles d'Ajzen et de Shapero et Sokol ont donné par la suite naissance à d'abondants modèles « hybrides », comme celui de Davidsson (1995) ou encore celui de Autio et al. (1997). Cependant, ils se rejoignent presque tous sur le fait que l'intention entrepreneuriale dépendrait de la perception de désirabilité et de faisabilité de l'acte.

La première dimension mesure l'attractivité du comportement pour l'individu. La seconde dimension est ce que la personne pense détenir comme contrôle sur le comportement donné. C'est la croyance en ses capacités à réaliser avec succès l'activité. Plus les perceptions de désirabilité et de faisabilité sont fortes et plus l'intention de créer une entreprise est grande.

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



Source: Shapero et Sokol (1982)

Figure 2 : Modèle de Shapero et Sokol

On peut constater des rapprochements du modèle d'Ajzen (1991) avec celui de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), ce qui rend plus clair les propos de la théorie du comportement

planifié, appliquée en entrepreneuriat. En effet, le modèle de Shapero et Sokol (1982) vise à expliquer l'évènement entrepreneurial en tant que voie professionnelle. Pour ces deux auteurs, le



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

La lecture attentive de la littérature permet de constater la présence de plusieurs études empiriques testant les modèles d'intention en entrepreneuriat dont la majorité porte sur une population estudiantine. Le choix d'une population étudiante pour tester les modèles d'intention se justifie par plusieurs raisons:

- Dans un premier temps, les étudiants doivent faire face à un choix de carrière, surtout ceux en dernière année universitaire (BAC+5). L'entrepreneuriat et le contrat de travail salarié sont considérés comme deux solutions professionnelles possibles;
- De plus, des chercheurs trouvent toutes sortes de préférences parmi des étudiants afin de vérifier et de tester les variables qu'ils retiennent;
- Enfin, cette population représente un réservoir important d'entrepreneurs potentiels. L'examen de ces travaux aboutit aux observations suivantes:
- Les modèles de la théorie du comportement planifié et l'événement entrepreneurial (Krüeger, 1993) sont devenus des modèles de référence, car les résultats obtenus ont été très satisfaisants. La variance de l'intention entrepreneuriale expliquée se situe en général autour de 50 %. Ces modèles sont aussi ouverts à l'ajout de variables adaptées au contexte d'étude pour en améliorer la variance totale expliquée;
- Comme Ajzen (1991) le préconise, le poids explicatif de chacune des trois variables (attitude, norme sociale et contrôle perçu) change en fonction du contexte d'étude. À titre d'exemple, le poids explicatif de « l'attitude » est plus grand que celui du « contrôle perçu » selon les résultats d'Emin et al. (2005). Au contraire, le « contrôle perçu » contribue davantage à l'explication de l'intention entrepreneuriale des étudiants dans les travaux de Kolvereid (1996). Dans tous les cas recensés, les deux variables (attitude et contrôle perçu) expliquent de façon significative l'intention entrepreneuriale;

- Il faut préciser les ambiguïtés du poids explicatif de la « norme sociale perçue ». Cette variable exerce un effet significatif sur l'intention entrepreneuriale dans les études de Kolvereid (1996), Tkachev et Kolvereid (1999), Kennedy et al. (2003), et même le poids explicatif le plus important dans le cas de Souitaris et al. (2007). Cependant, elle n'en a pas l'effet significatif dans les cas de Krüeger et al. (2000), Emin et al. (2005) et Liñan (2004).

#### b) Les hypothèses de recherche

Les deux théories majeures prédominant dans le champ de recherche sur l'intention d'entreprendre et le comportement entrepreneurial sont : la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) et la théorie de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Krüeger et Brazeal (1994) reconnaissent que ces deux théories sont cohérentes. En effet, les deux théories contiennent dans leur modèle les concepts d'auto-efficacité (faisabilité) et de désirabilité. Cependant, il existe une divergence entre les deux théories. La théorie de l'événement entrepreneurial se focalise sur l'aspect individuel tandis que la théorie du comportement planifié se focalise sur l'aspect environnemental (Shook et Bratianu, 2010). A présent dans la suite, nous allons nous intéresser au positionnement de cette intention au sein du grand champ de l'entrepreneuriat.

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

La perception de désirabilité de l'acte fait référence aux systèmes de valeurs individuelles. D'après Shapero, elle se construit par l'influence de la culture, la famille, des pairs, et des contextes

professionnels (collègues) et scolaires (mentor). Selon Shapero et Sokol, les "déplacements positifs" et les "situations intermédiaires" influencent le système de valeurs des individus et par là même, leurs perceptions de désirabilité. Shapero (1975) observe que les créateurs/repreneurs d'entreprise ont subi un "choc" dans leur vie privée ou professionnelle qui a éveillé en eux le désir d'entreprendre mais le désir ici peut être le résultat d'une formation. D'où l'hypothèse suivante :

$H_1$  : Plus la désirabilité perçue est favorable, plus élevée sera l'intention entrepreneuriale des diplômés de l'enseignement supérieur.

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

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

$H_2$ : Plus la faisabilité perçue est favorable, plus élevée sera l'intention entrepreneuriale des diplômés de l'enseignement supérieur.

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

### III. CADRE MÉTHODOLOGIQUE

La présente recherche s'inscrit dans une posture épistémologique positiviste. Cette dernière nous a conduit au choix d'une approche hypothético-déductive. En effet, cette approche consiste à émettre des hypothèses à partir de la littérature existante qui sont ensuite testées à l'épreuve des faits. Dans cette

partie, nous présentons tout d'abord la méthode d'échantillonnage retenue ainsi que l'instrument de collecte de données, ensuite les outils d'analyses statistiques utilisés et enfin, la mesure des variables de recherche.

#### a) Echantillonnage, collecte et traitement de données

Dans la plupart des recherches sur l'intention entrepreneuriale, l'échantillon de l'étude porte généralement sur les étudiants en gestion (Kolvereid, 1996 ; Krüeger et al., 2000 ; Tounès, 2003, Boissin et al., 2006, 2009). Notre échantillon de référence dans de cette recherche concerne a priori les étudiants issus des différentes facultés des sciences économiques et de gestion et d'autres institutions de management. Ceux-ci reçoivent de formation en outils de gestion et même parfois des enseignements en entrepreneuriat ou en création d'entreprise. La vérification des hypothèses de recherche à partir des faits observables auprès des individus concernés, est la base fondamentale de toute démarche scientifique. Il s'agit d'atteindre des résultats généralisables sur l'ensemble de la population cible ayant la portée la plus vaste possible (Grawitz, 1996). Notre base d'échantillon est constituée de l'ensemble des Facultés des sciences économiques et de gestion des Universités d'Etat et certaines institutions universitaires de management. Nous avons retenu les étudiants en fin de formation du cycle de Master pour mieux obtenir des réponses probantes puisque ces derniers vont se lancer dans un processus d'insertion socio professionnelle après leurs études. Nous avons exclu ceux du cycle de licence pour la simple raison que ces derniers ont encore la possibilité de continuer avec le cycle de Master. Nous allons dans un premier temps viser un échantillon de 100 étudiants en Master sciences économiques et de gestion pour les Universités et institutions retenues pour cette phase empirique de collecte des données.

Nous avons distribué 570 questionnaires auprès des universités ciblées pour accéder aux étudiants de Master. Cette répartition est faite ainsi qu'il suit : 170 à Maroua (12,3%), 140 à Ngaoundéré (24,6%), 110 à Douala (19,3%), 70 Saint-Jérôme de Douala (19,8%) et 80 à Yaoundé 2 (14%). Sur les 570 questionnaires distribués, nous avons eu à récupérer 531 questionnaires remplis, soit un taux de réponse de 93,15%. Après avoir contrôlé ces questionnaires, certains étaient mal remplis ou de réponses vides et nous avons retenu au final 490 questionnaires exploitables. C'est ainsi que nous avons procédé au dépouillement de ces questionnaires en les introduisant dans le logiciel SPSS afin de nous permettre de réaliser nos différentes analyses statistiques.

Pour le traitement des données collectées, nous avons fait recours aux outils statistiques tels que le tri à plat, l'Analyse en Composantes Principales (ACP), le test de corrélations bi variées et la régression linéaire multiple.

b) *Mesure des variables de recherche*

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

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

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

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

processus de création. Il s'agit de repérer la présence de cette intention auprès des étudiants et de connaître son degré d'intensité. Comme cette dernière intervient en amont de la création, il est important de savoir si les étudiants s'investissent à la recherche d'informations et se projettent dans le temps sur le délai de concrétisation de leur acte entrepreneurial. Ainsi, nous avons retenu les items utilisés par Ajzen (2011/2015) dans la mesure de cette intention auprès d'un échantillon d'étudiants: « Je prévois de prendre des mesures pour créer une entreprise dans les 12 prochains mois », « J'ai l'intention de prendre des mesures pour créer une entreprise dans les 12 prochains mois » et « Je vais essayer de prendre des mesures pour créer une entreprise dans les 12 prochains mois ».

La fiabilité et la validité de ces items de mesure sont vérifiées par leurs valeurs de alpha de Cronbach et les indices KMO obtenus suite aux ACP réalisés. En effet, nous avons réalisé des ACP sur chaque variable à travers les items retenus dans le souci de dégager des facteurs déterminants permettant d'effectuer l'analyse de régression linéaire multiple.

Pour les variables indépendantes, ces valeurs sont données dans le tableau suivant:

Tableau 1: Fiabilité et validité de l'échelle de mesure de la désirabilité et de la faisabilité

Variables	Items de mesure	Alpha de Cronbach	Indice KMO
Désirabilité perçue	3	0,865	0,690
Faisabilité perçue	3	0,842	0,703

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

Pour la variable dépendante à savoir l'intention entrepreneuriale, les statistiques de fiabilité et de validité de cette échelle sont présentées dans le tableau ci-après :

Tableau 2: Fiabilité et validité de l'échelle de mesure de l'intention entrepreneuriale

Variables	Items de mesure	Alpha de Cronbach	Indice KMO
Intention entrepreneuriale	3	0,793	0,644

Comme pour les variables indépendantes, l'ACP de la variable dépendante a ressorti une seule composante devant nous permettre de réaliser notre analyse de régression linéaire multiple en toute satisfaction vue les valeurs d'Alpha de Cronbach et de l'Indice KMO.

c) *Analyses et discussions des résultats*

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

d) *Présentation des résultats de recherche*

Cette présentation est faite d'une part sur les résultats de la corrélation bi variée et sur l'ajustement global du modèle de la régression linéaire d'autre part.

e) *Le test de corrélation bi variée*

Notre modèle économétrique est obtenu à partir des variables retenues pour l'explication de la formation de l'intention entrepreneuriale. Il s'agit de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue dans l'adoption du comportement entrepreneurial par les jeunes diplômés de cette recherche. Après avoir réalisé les différentes analyses en composantes principales sur les items de mesure de ces variables, nous avons obtenu trois facteurs pour continuer nos analyses de régressions. Le tableau ci-après donne la distribution de l'ensemble des coefficients de corrélation entre les variables en question:



Tableau 3 : Récapitulatif des corrélations bi variées pour les déterminants de l'intention entrepreneuriale  
Corrélations

	Désirabilité perçue	Faisabilité perçue	Intention entrepreneuriale
Corrélation de Pearson Désirabilité perçue Sig. (bilatérale) N	1 490		
Corrélation de Pearson Faisabilité perçue Sig. (bilatérale) N	,353** ,000 490	1 490	
Corrélation de Pearson Intention entrepreneuriale Sig. (bilatérale)N	,786** ,000 490	,558** ,000 490	1 490

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

Suite à ces résultats, nous pouvons de se rassurer que les variables ont des coefficients de corrélation inférieurs à 0,8 et cela nous permet de dire que ces dernières sont hétérogènes. Ainsi, nous pouvons continuer avec ces variables pour nos analyses de régression linéaire multiple pour la vérification de nos hypothèses de recherche.

Après ces analyses préliminaires confirmatoires qui nous ont permis de réaliser des ACP sur l'ensemble des variables de recherche et de faire des tests de corrélations bi-variées, nous aboutissons à des résultats promettant. Dans la sous-section suivante, nous allons

passer à la validation empirique de notre modèle de recherche à l'aide des analyses de régressions linéaires multiples.

#### f) Ajustement du modèle économétrique

Dans cette sous-section, nous allons illustrer à l'aide de la régression linéaire multiple, les déterminants de l'intention d'entreprendre par ces jeunes diplômés tout en précisant le facteur le plus déterminant. Le tableau suivant présente la synthèse de ce modèle de régression linéaire multiple:

Tableau 4 : Récapitulatif du modèle de régression linéaire multiple Intention= f(désirabilité et faisabilité)  
Récapitulatif des modèles<sup>b</sup>

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modifier les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,841 <sup>a</sup>	,707	,706	,54236267	,707	587,688	2	487	,000	1,304

a. Prédicteurs: (Constante), Faisabilité perçue, Désirabilité perçue

b. Variable dépendante : Intention entrepreneuriale

Les résultats des analyses ainsi présentés donnent des indicateurs de la relation globale entre la variable à expliquer et les variables explicatives. Ainsi, cette relation affiche un coefficient de corrélation de 0,841 traduisant une très bonne corrélation entre les variables explicatives et la variable expliquée.

Le pouvoir prédictif de ce modèle est mesuré par son coefficient de détermination (R<sup>2</sup>) d'une valeur de 0,707. Ce dernier voudrait dire que l'intention entrepreneuriale varie à raison de 70,7% en fonction des différentes dimensions de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue. Cette variation est très bonne et pourrait traduire que les variables explicatives rendent compte cette relation par ce modèle global.

En outre, cette variation satisfaisante du modèle est couronnée par le F de Fisher de l'ordre de 587,688

significatif au seuil de 0,000 (inférieur à 0,05), ce qui justifie l'ajustement normal du modèle. De façon générale, ce modèle semble satisfaisant et donc l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés est expliquée par le désir d'entreprendre et la faisabilité du processus entrepreneurial et de façon significative. Le tableau ci-dessous donne de façon plus exhaustive le niveau d'explication des déterminants de l'intention d'entreprendre par les jeunes diplômés et ceci en indiquant le poids de chaque dimension.

Tableau 5: Coefficients de la régression linéaire multiple Intention= f(désirabilité et faisabilité)  
Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	-1,381E-16	,025		,000	1,000
1 Désirabilité perçue	,672	,026	,672	25,652	,000
Faisabilité perçue	,321	,026	,321	12,229	,000

a. Variable dépendante : Intention entrepreneuriale

L'analyse des valeurs de ce coefficient indique que la désirabilité perçue (0,672) est la variable qui explique le mieux l'intention d'entreprendre par les jeunes diplômés par rapport à la faisabilité perçue (0,321).

Pour se rassurer du poids des variables qui influencent significativement l'intention entrepreneuriale nous avons réalisé un test de Student sur chaque coefficient de régression. Ce test permet de préciser la contribution des coefficients à la significativité du modèle de régression. Il ressort donc que des valeurs affichées par le t de Student sont très élevées et significatives pour la désirabilité perçue (25,652) ainsi que pour la faisabilité perçue (12,229). Nous pouvons conclure que pour l'ensemble de ces variables explicatives les coefficients de t de Student sont significatifs.

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

Le modèle économétrique global de la recherche qui ressort du tableau ci-dessus peut s'écrire de la forme suivante:

$$Y = -1,381E^{-16} + 0,672X_1 + 0,321X_2$$

(25,652)    (12,229)

Avec : Y = Intention entrepreneuriale;

X<sub>1</sub> = Désirabilité perçue;

X<sub>2</sub> = Faisabilité perçue ;

(.) = t de Student.

L'examen de ce modèle de la régression linéaire multiple ressort qu'il y a un lien très significatif entre le désir de créer des jeunes diplômés ainsi que leur faisabilité entrepreneuriale sur leur intention d'entreprendre. En effet, nous remarquons que les valeurs de t Student sont supérieures à 2 pour toutes les variables explicatives et très significatives au seuil de

0,000. Ensuite, le sens de la relation est vérifié par les signes des « bêtas » qui sont tous positifs confirmant l'effet positif des variables explicatives sur la variable expliquée. Enfin, s'appuyant sur la valeur de ces indices, il ressort une hiérarchisation du poids d'explication de chaque variable indépendante dans le modèle global. Ainsi, il apparaît que la désirabilité perçue explique plus fortement la variable dépendante (intention entrepreneuriale) par rapport la faisabilité perçue de se lancer en entrepreneuriat.

#### IV. DISCUSSIONS

L'analyse des résultats de cet article permet de confirmer d'emblée que la désirabilité perçue et la faisabilité perçue constituent des facteurs importants dans la formation de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés dans notre contexte de recherche. Ainsi, nous confirmons le postulat central défendu par cette étude. Ces résultats issus de nos analyses confirment bien que le désir d'entreprendre et la maîtrise du processus de création sont des facteurs qui améliorent la formation de l'intention d'entreprendre des jeunes diplômés ; *ce qui valide l'hypothèse centrale de notre recherche*. Ces résultats rejoignent les opinions défendues par la littérature sur les questions de l'intention entrepreneuriale des étudiants dans des contextes bien différents (Kolvereid, 1996; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Filion, et al., 2002 ; Tounès, 2003 ; Emin, 2003 ; Audet, 2003 ; Fayolle et al., 2005 ; Ajzen, 1991/2011/2015 ; Krüeger et Brazeal, 1994 ; Aouni et Pirnay, 2009 ; Fayolle, 2004, Boissin et Emin, 2007 ; Boissin et al., 2009 ; Boissin et al., 2017).

Cette recherche consiste à s'interroger sur la préférence de l'acte qu'ont les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur vis-à-vis de la création d'entreprise, et sur la manière dont elle peut influencer leurs intentions entrepreneuriales après leurs études. Dans ce cadre, l'intention de créer une entreprise est supposée dépendre de deux éléments indispensables : la désirabilité perçue et la faisabilité perçue. Suite aux résultats de la régression linéaire multiple, l'attrait que représente la création d'entreprise (la désirabilité) et la perception d'aptitude à mener à bien une entreprise (la faisabilité) sont deux éléments indispensables à la

formation d'intention de créer une entreprise d'après les résultats obtenus par Krüeger (1993). Par contre, s'agissant de nos propres résultats nous avons trouvé que c'est la désirabilité qui explique mieux la formation de l'intention que la faisabilité. A ce niveau, nos résultats sont contradictoires à ceux obtenus par cet auteur. Nous pouvons dire que la culture entrepreneuriale dans les deux contextes diffère et que les jeunes diplômés pensent que le désir d'entreprendre détermine le mieux leur intention de se lancer dans la carrière entrepreneuriale à la fin de leurs études.

Dans le contexte particulier de notre recherche, le degré de désirabilité de l'acte contribue davantage à la détermination de l'intention de créer une entreprise que les perceptions de faisabilité. La désirabilité, a un effet plus important dans l'explication de l'intention entrepreneuriale. Ce résultat n'est pas conforme à celui obtenu aux États-Unis sur une population étudiante par Krüeger et al. (2000) et en Scandinavie et en Russie par (Kolvereid 1996; Tkachev et Kolvereid, 1999) et en France sur une population étudiante par Aouni et Pirnay (2009), mais conforme aux conclusions d'Audet (2001) sur une population étudiante canadienne et d'Emin (2003) sur une population française de chercheurs de la fonction publique en sciences dures et de Lévy-Tadjine (2008) qui a mené une enquête exploratoire sur l'intention entrepreneuriale auprès de 110 étudiants Licence et Master en gestion de différentes universités (UL, UI, USJ, CNAM)<sup>2</sup>. Ces différences pourraient mettre en évidence un effet culturel et la spécificité des populations interrogées.

A la lumière aussi de nos résultats, la sensibilisation et la formation en entrepreneuriat doit délivrer les compétences techniques en matière d'entrepreneuriat, mais doit aussi et surtout favoriser l'image de l'entrepreneuriat comme un acte attractif. Les chercheurs intéressés aux théories de l'intention supposent la similitude entre la théorie du comportement planifié et la théorie de l'évènement entrepreneurial (Krüeger, 1993; Tounès, 2003; Emin, 2003; Audet, 2001 ; Fayolle et al., 2006). En effet, la perception de la désirabilité (ou du degré d'attrait perçu pour un comportement) a été assimilée au concept de la norme sociale perçue et à celui de l'attitude envers le comportement planifié développés par Ajzen. La faisabilité (ou la perception des variables de soutien et d'aides de différentes natures), à son tour, a été renvoyé au concept du contrôle perçu de la théorie du comportement planifié d'Ajzen. Considérant notre échantillon de recherche constitué uniquement des étudiants issus des filières économie et gestion, nous avons intégré la sensibilisation et la formation en

entrepreneuriat comme antécédent à la fois de la désirabilité perçue et de la faisabilité perçue.

## V. CONCLUSION

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

### *Implications théoriques:*

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

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

Dans cette recherche, l'intention d'entreprendre est envisagée dans le sens d'une connaissance sociocognitive qui s'encastre dans un contexte socioculturel et économique précis. Notre étude a aussi permis de valider, dans le contexte camerounais et dans le cadre particulier des étudiants de la filière « Economie et Gestion », la modélisation de Shapero

<sup>2</sup> 83% estiment, seraient certainement ou plutôt entrepreneur contre 22% qui estiment que la probabilité qu'ils deviennent entrepreneurs est forte ou très forte

proposée par Krüeger (1993). Les travaux de Shapero, fondateurs dans notre domaine de recherche, n'avaient pas encore suffisamment été testés empiriquement sur notre territoire. La théorie du comportement planifié n'a pas été totalement validée auprès des étudiants de l'échantillon final. L'intention de ces étudiants dépend partiellement de la désirabilité entrepreneuriale. Dans ces sens, l'intention ne dépend pas toujours de la désirabilité et de la faisabilité perçues.

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

*Au niveau du modèle d'intention:* Notre modèle de recherche puise ses sources dans différentes disciplines commel' entrepreneuriat (modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol, 1982) et de la psychologie sociale (la théorie du comportement planifié d'Ajzen, 1991). Il témoigne, ainsi, du regard multipolaire (Verstraete, 2001) et du caractère interdisciplinaire de cette recherche. L'apport théorique de cette étude se caractérise par la singularité du modèle proposé au regard de la littérature existante. Notre modèle est appréhendé en combinant les deux théories principales de l'intention, la théorie du comportement planifié et la théorie de l'évènement entrepreneurial, en respectant la spécificité de chaque variable. Contrairement aux différents auteurs (Emin, 2003; Tounès, 2003; Boissin et al., 2009; Fayolle, 2004) qui jugent la ressemblance des deux théories, nous considérons la complémentarité de ces deux théories mobilisées.

#### *Implications pratiques*

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

Les intérêts pratiques de cette recherche se traduisent également en termes de développement du

potentiel entrepreneurial des jeunes diplômés et plus spécifiquement de la création d'entreprise en tant que carrière professionnelle. Notre recherche souligne la priorité qu'il y a à

- Développer des mécanismes incitatifs et des aides favorables aux individus enclins à l'entrepreneuriat à travers les structures spécialisées dans l'accompagnement entrepreneurial;
- Favoriser l'épanouissement d'une culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire par les enseignements et les conférences autour du concept d'entrepreneuriat;
- Créer en amont des formations à l'entrepreneuriat et des réseaux de contacts avec des managers afin d'améliorer les perceptions de désirabilité et de faisabilité de la création par les étudiantes;
- Communiquer sur les systèmes d'aide existants en promotion d'entrepreneuriat.

De manière plus générale, cette étude concerne les diplômés de l'enseignement supérieur suivant des formations en entrepreneuriat ou en création d'entreprise. Elle peut également s'adresse aux professionnels et responsables pédagogiques de ces établissements souhaitant répondre aux demandes croissantes des diplômés dans ce domaine.

Les implications théoriques et pratiques ayant été présentées, nous allons à présent exposer les limites de ce travail de recherche.

#### *Limites de la recherche*

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

Une des limites aussi des modèles d'intention est que «ces modèles occultent la question de l'opportunité de création, probablement parce qu'il est difficile de positionner celle-ci dans un enchaînement causal impliquant l'intention » (Boissin et al., 2009). La découverte d'une opportunité de création est-elle un



antérieur à l'intention? Dans sa modélisation du processus entrepreneurial, Bhave (1994) distingue deux types de reconnaissances d'opportunité : à stimulation externe versus à stimulation interne. Dans le cas de la reconnaissance à stimulation interne, l'intention de créer une entreprise précède l'identification d'une opportunité. Dans le cas de la reconnaissance d'opportunité à stimulation externe, l'entrepreneur a identifié une opportunité (nouveaux besoins ou de nouveaux problèmes à résoudre sur un marché), et développe ensuite l'intention entrepreneuriale nécessaire pour exploiter cette opportunité. Notre recherche ne prend pas en compte cette double configuration, car elle n'intègre pas la notion d'opportunité. Elle se focalise sur l'explication de l'intention entrepreneuriale des étudiants qui ne passeront pas nécessairement à l'acte.

#### Axes futurs de recherche

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

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

Notre recherche s'enrichirait également de la comparaison de notre population avec celle des étudiantes femmes. Une telle étude permettrait de faire le point sur les différences et les ressemblances de l'intention entre les deux sexes. Surtout à l'heure où la gent féminine se voit de plus en plus se substituer aux tâches que les hommes sont sensés le faire dans notre contexte. Pour tester la validité externe des échelles que nous avons développées, il est indispensable de varier les échantillons. Dans ce cadre, le modèle de Shapero et la théorie du comportement planifié pourraient être utilisés pour étudier d'autres contextes. La prise en compte du rôle des cultures nationales dans le phénomène étudié serait intéressante en vue de faire progresser les connaissances sur l'efficacité et le poids des divers programmes de formation en entrepreneuriat

sur les trajectoires des individus. Ainsi, elle répond à la nécessité soulignée par Iakovleva et al. (2011) de mener des recherches sur l'intention entrepreneuriale dans les pays en développement afin de construire une fertilisation forte et croisée des connaissances de ce phénomène qui nous intéresse.

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

#### BIBLIOGRAPHIE

1. Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, p. 179-211.
2. Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127. doi: 10.1080/08870446.2011.613995.
3. Ajzen, I. (2015). The theory of planned behaviour is alive and well, and not ready to retire: A commentary on Sniehotta, Presseau, and Araújo-Soares. *Health Psychology Review*, 9 (2), 131-137. doi: 10.1080/17437199.2014.883474
4. Ajzen, I. et Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 278 pages.
5. Aouni, Z., et Pirnay, F. (2009). L'impact de l'exposition à des modèles d'entrepreneurs sur les antécédents de l'intention entrepreneuriale. *Actes du 6ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat*.
6. Audet, J. (2001). Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaires québécois: seront-ils des entrepreneurs demain ? *Cahier de recherche de l'université du Québec à Trois-Rivières*, département de la science et de la gestion de l'économie, CR-01-13.
7. Bandura, A. (2001). Social Cognitive theory: An Agentic Perspective, *Annual Reviews Psychology*, 52, 1-26.
8. Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation», *Journal of Business Venturing*, 9, 223-242.
9. Bird, B.J. (1988). "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention", *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 442-453.
10. Boissin, J. P., & Emin, S. (2007). Les étudiants et l'entrepreneuriat: l'effet des formations (*No. halshs-00325869*).
11. Boissin, J. P., Chollet, B., & Emin, S. (2005). Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat-Éléments d'analyse pour l'action. *In Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique* (pp. 5-8).

12. Boissin, J.-P., Branchet, B., De Almeida, F., Bittar, S., Freitas, H. et DaiPrá Martens, C. (2009). Intentions entrepreneuriales des étudiants: une comparaison Brésil-France, 5ème colloque de l'IFBAE-Grenoble.
13. Boissin, J.-P., Chollet, B., et Emin, S. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants: un test empirique, *M@n@gement*, Vol. 12(1), p. 28-51. DOI: 10.3917/mana.121.0028
14. Boissin, J.-P., Favre-Bonté, V., Fine-Falcy, S. (2017). Diverse impacts of the determinants of entrepreneurial intention: threesubmodels, three student profiles. *Revue de l'entrepreneuriat*, 16 (3-4), p. 7-33
15. Boissin, JP., Chollet, B., Emin, S. (2006). Les étudiants et l'entrepreneuriat: les effets des formations. *Conférence Internationale de Management Stratégique*, Annecy / Genève 13-16 Juin
16. Boutillier, S., et Uzunidis, D. (2015). De la société salariale à la société entrepreneuriale ou la création d'entreprises au secours de l'emploi. *La Revue des sciences de gestion*, (5), 23-31.
17. Chem, S. C., Jing, L. L., Sung M. (2012). University Students personality Traits and Entrepreneurial Intention: Using Entrepreneurship and Entrepreneurial attitude as Mediating variable, *International Journal of Economic Research*, 3(3), 76-82.
18. Crozier, M. et Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système*, Editions du Seuil, Paris, 500 pages.
19. Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. *RENT IX Workshop*, Piacenza, Italy, November 23-24.
20. Diaz-Garcia, M. C. & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial Intention: the Role of Gender, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261-283.
21. Emin, S. (2003). *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français*, Thèse en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, ESA, Grenoble.
22. Emin, S., Boissin, J. P. & Chollet, B. (2005). Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat-éléments d'analyse pour l'action. *In XIVème Conférence internationale de Management Stratégique*, Pays de Loire, Angers.
23. Fayolle, A. & Gailly, B. (2013). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial attitudes and Intention: Hysteresis and persistence, *Journal of Small Business Management*
24. Fayolle, A. (2004). Evaluation de l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat: vers de nouvelles approches, 7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Octobre, Montpellier.
25. Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: behaviour performing or intention increasing?. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 89-98.
26. Fayolle, A., Gailly, B. et Lassas-Clerc, N. (2006). Mesure de l'effet à court et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 25-26 octobre, fribourg, Suisse.
27. Fillion, L. J., L'Heureux, D., Christophe, K.-Y. et Bellavance, F. (2002). L'entrepreneuriat comme carrière potentielle – Une évaluation en milieu universitaire, *Cahier de recherche-04*, HEC, Montréal.
28. Grawitz, M. (1996). *Méthodes des sciences sociales*, Edition Dalloz, Paris, 10ème édition, 920 pages.
29. Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(2), 397-417.
30. Hernandez, E-M. et Marco, L. (2006). *Entrepreneur et décision, de l'intention à l'acte*, éditions ESKA.
31. Iakovleva, T., Kolvereid, L., Stephan, U. (2011). Entrepreneurial Intentions in Developing and Developed Countries, *Education + Training*, 53 (5), 353-370.
32. Jones, P., Jones A., Packham, G. et Miller, C. (2008). Student Attitudes towards Enterprise Education in Poland: a Positive Impact, *Education + Training*, 50(7), 597-614.
33. Katz, J. et Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of management review*, 13(3), 429-441.
34. Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P., & Watson, B. (2003). Situational factors and entrepreneurial intentions. *16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*, 28 septembre-1er octobre.
35. Kolvereid, L. & Moen, Ø. (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European industrial training*, 21(4), 154-160.
36. Kolvereid, L. (1996). "Organizational Employment Versus Self-Employment: Reasons for Career Choice Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, vol. 20, n° 3, p. 23-31.
37. Kolvereid, L. (1997). "Prediction of Employment Status Choice Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21, n° 1, p. 47-57.
38. Kolvereid, L., & Isaksen, E. J. (2012). The Psychology of the Entrepreneur. *Perspectives in Entrepreneurship: A Critical Approach*, 27-39.

39. Kolveried, I. (1996). Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 47-56.
40. Krüeger, Jr N. F. et Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(3), 91-104.
41. Krüeger, N. F. (2007). what lies beneath ? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 123-138.
42. Krüeger, N.F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship, *In Handbook of entrepreneurship research* (pp.105-140), Springer, Boston, MA.
43. Krüeger, N.F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. *In A.L. Carsrud & M. Brännback (Eds.)*, Understanding the entrepreneurial mind, international studies in entrepreneurship (pp. 51-72). New York: Springer.
44. Krüeger, N.F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions, *In Revisiting the Entrepreneurial Mind* (pp13-34), Springer, Cham.
45. Krüeger, N. F. et Carsrud, A. L. (1993). "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, p. 315-330.
46. Krüeger, N. F., Reilly, M. D. et Carsrud, A. L. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, p. 411-432.
47. Lévy-Tadjine, T. (2008). Action collective et entrepreneuriat: Proposition d'un cadre conceptuel pour appréhender l'entrepreneuriat en équipe. *Revue Organisations & territoires*, 17(2), 57-62.
48. Liñán, F. (2004), Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccolla Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
49. Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.
50. Maalaoui, A. et Germon, R. (2017). Entrepreneurial Intention through the Cognitive Psychology Approach : Past, Present and Future Research, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 17 (2), p.17-26.
51. Murugesan, R. & Jayavelu, R. (2017). The influence of Big Five Personality and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention: the Role of Gender, *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 3(1), 41-61.
52. Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krüeger, N. F., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education : A systematic review and research agenda, *Academy of Management Learning & Education*, 16 (2), p 277-299.
53. Saleh, L. (2011), *L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban*. Nancy, Université Nancy, vol. 2.
54. Saporta, B. & Kombou, L. (2000). L'entrepreneuriat africain: mythe ou réalité ? in T. Verstraete (ed.) Histoire d'entreprendre, *les réalités de l'entrepreneuriat*, EMS, Caen, 250-262.
55. Shapero, A. (1975). "The displaced, uncomfortable entrepreneur", *Psychology Today*, vol. 9, n° 6, p. 83-88.
56. Shapero, A. et Sokol, L. (1982). "The social dimensions of entrepreneurship", in *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, inc., Chapter IV, p. 72-90.
57. Shepherd, D. et Krüeger, N. F. (2002). An intentions-based model of entrepreneurial teams' social cognition, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), p.167-185.
58. Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and practice*, 36(3), 465-493.
59. Shinnar, R. S., Hsu, D. K. et Powell, C.B. (2014). Self-Efficacy, Entrepreneurial Intentions, and Gender: Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Longitudinally, *The International Journal of Management Education*, 12, 561-570.
60. Shook, C.L. et Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: An application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (3), 231-247.
61. Simo, D. (1998). La culture africaine est-elle réfractaire au développement? Mutations et permanences, in D. Simo (ed.), *La politique de développement à la croisée des chemins*, le facteur culturel, Yaoundé: Clé, 126-140.
62. Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
63. Steffens, D. C., Otey, E., Alexopoulos, G. S., Butters, M. A., Cuthbert, B., Ganguli, M.,... & Lopez, O. L. (2006). Perspectives on depression, mild cognitive impairment, and cognitive decline. *Archives of general psychiatry*, 63(2), 130-138.
64. Supiot, A. (2010). A legal perspective on the economic crisis of 2008. *International Labour Review*, 149(2), 151-162.
65. Tchagang, E. (2017). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais, *Management et Sciences Sociales*, N° 22 Janvier-Juin.

66. Tkachev, A. et Kolvereid, L. (1999). "Self-employment intentions among Russian students", *Entrepreneurship and Regional Development*, 11, p. 269-280.
67. Tounès, A. (2003). *L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen, 462 pages.
68. Verstraete, T. (2001). "Entrepreneuriat et stratégie entrepreneuriale: quels modèles pour la recherche et l'action", *Cahiers de recherche du CLAREE*, n° 4, 29 pages.