

# Perception de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire : Un état préliminaire de la situation chez les étudiants

Moustapha BAMBA<sup>1</sup>, Seydou Katienefoa TUO<sup>2</sup>, Benoit DUGUAY<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Enseignant-chercheur, Département des Sciences économiques et gestion, Université Félix Houphouët Boigny Abidjan, Côte d'Ivoire, Chargé de cours, Université du Québec à Montréal, email : [bamba\\_moustapha@hotmail.com](mailto:bamba_moustapha@hotmail.com)

<sup>2</sup>Doctorant, Département des Sciences économiques et gestion, Université Félix Houphouët Boigny Abidjan, Abidjan Côte d'Ivoire, email : [katchtuo02@gmail.com](mailto:katchtuo02@gmail.com)

<sup>3</sup>Professeur titulaire, Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal, Québec, Canada, email : [duguay.benoit@gmail.com](mailto:duguay.benoit@gmail.com)

Received November /11 / 2020

Accepted January /25 / 2021

**Résumé-** Face au chômage, en particulier chez les jeunes, dû aux crises économiques, politiques et sanitaires, à l'accroissement démographique, à l'incapacité du marché de l'emploi à absorber les vagues successives de diplômés et à l'inadéquation de la formation aux exigences de ce marché de l'emploi, la solution entrepreneuriale semble une option crédible que proposent plusieurs gouvernements et organismes internationaux. Notre étude avait pour objectif d'analyser les différentes perceptions, visions et croyances des étudiants de la Côte d'Ivoire à l'égard de l'entrepreneuriat. Si dans l'ensemble, les perceptions du concept d'entrepreneuriat et l'évaluation de la prédominance des avantages sur les désavantages sont positives, notre recherche démontre que l'établissement de formation, le sexe et le domaine de spécialisation influencent de façon significative les croyances des répondants à l'égard de l'entrepreneuriat.

**Mots-clés:** Entrepreneuriat, emploi, Jeunes, développement économique, Côte d'Ivoire.

## I. INTRODUCTION

Les crises économiques récurrentes et prolongées provoquent un chômage important et persistant qui engendre des situations de précarité à répétition. Face au chômage, en particulier chez les jeunes, dû aux crises économiques, politiques et sanitaires, à l'accroissement démographique, à l'incapacité du marché de l'emploi à absorber les vagues successives de diplômés et à l'inadéquation de la formation aux exigences de

ce marché de l'emploi, la solution entrepreneuriale semble une option crédible que proposent plusieurs gouvernements et organismes internationaux, la Banque mondiale, le Fonds monétaire international, l'Organisation de coopération et de développement économiques et la Conférence des Nations-Unies sur le commerce et le développement par exemple [1]. L'entrepreneuriat est souvent mis de l'avant comme facteur d'accroissement du dynamisme et de la prospérité d'une nation. Cela est perceptible dans les discours politique et scientifique. Il permet de renforcer la capacité d'adaptation d'un territoire en renouvelant ses acteurs économiques.

L'entrepreneuriat crée des emplois, stimule la croissance économique et l'innovation, améliore les conditions sociales. [2] et [3] renchérissent que l'entrepreneuriat est le moteur du développement économique et social. Les nouvelles entreprises « injectent » du dynamisme puisque lorsqu'elles entrent pour la première fois dans un marché ; elles fournissent des produits et des services qui n'existent pas encore localement, et donc élargissent le choix des consommateurs [4]. À cet égard, l'entrepreneuriat joue un rôle

**Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation**

important dans la réduction de la pauvreté, l'égalité des sexes et la viabilité environnementale [5].

Dans cette perspective, l'État de Côte d'Ivoire a mis de l'avant plusieurs initiatives bien avant l'accession du pays à l'indépendance. En effet, depuis 1953, l'État essaie de mettre en place des structures chargées d'inciter l'emploi dans toutes ses composantes. Ainsi, l'Office de la Main d'œuvre de Côte d'Ivoire (OMOCI), créé en 1953 et réformé plus tard, a fait place à l'Agence d'études et de promotion de l'emploi (AGEPE) en 1993. De même, de 1978 à 1991, un projet pilote de formation par apprentissage élaboré et conduit par l'ex-Office Nationale de la Formation Professionnelle (ONFP) a abouti, en 1996, sur le Programme d'Absorption des Jeunes Déscolarisés (PAJD) ou décrochés. Pensons aussi au Projet de Redéploiement de la Formation par Apprentissage (PRFA) créé en 1996 et confié à l'Agence nationale de la Formation Professionnelle (AGEFOP), avec pour objectif l'adaptation de la formation professionnelle aux besoins des entreprises. En 2003, l'État de Côte d'Ivoire a créé le Fonds National de Solidarité (FNS) avec pour but le soutien à l'entrepreneuriat des jeunes en finançant des projets dits viables. Plus récemment, les structures "Agence Emploi-Jeunes" et "Agence Côte d'Ivoire PME" ont été mises en place. Chacune de ces initiatives vise à lutter contre le chômage par le développement de l'entrepreneuriat chez les jeunes, tenant compte des nouvelles technologies de l'information et des communications.

La mise sur pied des initiatives d'emploi suscitées a été suivie par la mise en place de modules de formation en entrepreneuriat visant à promouvoir la culture entrepreneuriale chez les jeunes ; se rapprochant ainsi du concept "écosystème entrepreneurial d'éducation [6, 7, 8]. Plusieurs auteurs mentionnent que les programmes d'éducation et de formation ne peuvent à eux seuls suffisamment promouvoir le

développement d'aptitude et de compétence entrepreneuriales [9,10]. Ainsi, en Côte d'Ivoire, ces initiatives ont été nombreuses ; malgré ces efforts, les jeunes diplômés semblent peu s'orienter vers la création d'entreprise et l'auto-emploi.

Certains auteurs affirment que la société influence l'entrepreneur potentiel, façonnant ses actions et conditionnant sa détermination à créer une entreprise [11]. Le rôle des facteurs individuels, sociaux, économiques et technologiques est déterminant sur la perception de l'entrepreneuriat et sur l'intention de créer une nouvelle entreprise. Ainsi, les outils technologiques transforment l'industrie de l'entrepreneuriat. À l'ère de l'Internet, le champ de l'entrepreneuriat innove, incitant les jeunes à repenser les concepts, créant de nouvelles formes de services. De nouveaux secteurs d'activité voient le jour tandis que d'anciens disparaissent. En ce sens, la société agit sur le comportement entrepreneurial, influence la motivation entrepreneuriale et agit également sur les facteurs qui restreignent ou stimulent l'action entrepreneuriale. Dans ces conditions, les jeunes entrepreneurs défient les acteurs traditionnels, dont certains se battent pour se réinventer et rester dans la course. Nous devons également mentionner le fait que de nouveaux modèles économiques émergent, qui remettent en cause les principes acquis et ouvrent de nouvelles pistes [12].

La Côte d'Ivoire ne publie pas de statistiques concernant le nombre ou le pourcentage de diplômés de l'enseignement supérieur qui choisissent la voie entrepreneuriale. Toutefois, sur le terrain, il est aisé de constater le faible nombre de nouvelles entreprises créées par des diplômés-créeurs. Nous sommes tentés de dire du cas de la Côte d'Ivoire ce que [13] avançaient pour le Maroc. Il semble que le système éducatif de la Côte d'Ivoire « rejette » encore l'esprit d'entreprise. Par conséquent, il est pertinent

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

d'explorer, d'étudier et d'analyser la perception entrepreneuriale des jeunes (étudiants) dans le contexte actuel en Côte d'Ivoire. Que pensent-ils de l'entrepreneuriat ? Comment conçoivent-ils l'entrepreneuriat ? Quelles sont les croyances à l'égard de l'entrepreneuriat ? En un mot, quelle est leur perception de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire ? La présente recherche, de nature exploratoire, veut répondre à ces questions. Nous pensons que mesurer la perception entrepreneuriale des jeunes en milieu universitaire dans le contexte actuel est pertinent à plusieurs égards.

Primo, la perception et l'intention entrepreneuriales sont les premiers actes dans le processus entrepreneurial. Secundo, étudier les croyances entrepreneuriales, pourrait permettre d'identifier les comportements pouvant aboutir à la création d'entreprises. Tout acte entrepreneurial est précédé de la perception et de l'intention d'entreprendre [14]. Les jeunes, soit les personnes âgées de moins de 35 ans, représentent une proportion élevée de la population en Côte d'Ivoire, soit 77,3 % ; l'importance de leur poids politique fait qu'ils font l'objet de politiques publiques ciblant leur groupe d'âge. Saisir la perception entrepreneuriale des jeunes en milieu universitaire pourrait orienter les politiques publiques ou aider les différentes structures gouvernementales à (re)ajuster éventuellement les politiques dans l'accompagnement des jeunes. Tertio, comparativement à certains pays du Sud (Maroc, Tunisie, etc.), la recherche sur l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire en est à ses premiers balbutiements. À notre connaissance, peu ou pas d'études se sont penchées sur la perception entrepreneuriale des jeunes étudiants en Côte d'Ivoire ; les auteurs qui ont étudié la question entrepreneuriale se sont penchés sur l'impact de l'éducation sur l'intention entrepreneuriale [15.16.17.18] l'entrepreneuriat féminin [19.20] ou encore l'accompagnement entrepreneurial [21.22].

Cet article exploratoire pourra être suivi d'autres études plus ciblées. Il est structuré comme suit : la section II présente notre cadre conceptuel en regard des objectifs de la recherche, la section III notre méthodologie, la section IV nos résultats et la section V la conclusion et les discussions incluant les limites de l'étude.

### II. CADRE CONCEPTUEL

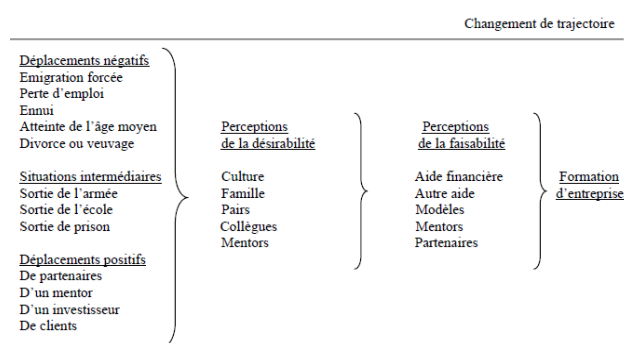
La recherche en entrepreneuriat comprend de très nombreuses spécialisations et a donné lieu à des milliers de publications et séminaires[23]. Non seulement la recherche entrepreneuriale s'étend-elle à la plupart des disciplines (gestion, sociologie, marketing, psychologie, développement international, etc.), mais elle tente d'appréhender diverses composantes de l'entrepreneur : comportements, systèmes d'activités, processus entrepreneurial, intrapreneurs et entrepreneuriat corporatif, techno-preneurs, développement régional, entrepreneuriat ethnique, etc. Les approches disciplinaires indépendantes ne suffisent plus aujourd'hui pour expliquer ce champ d'études qui apparaît de plus en plus difficile à saisir [24.25.26.27]. Les recherches touchent des éléments tant théoriques que pratiques. L'approche et la façon de faire ont souvent varié d'un pays à l'autre, d'un continent à l'autre [23]. Par conséquent, nous n'insisterons pas sur le caractère multidisciplinaire du champ de l'entrepreneuriat déjà démontré [28.23.29.24]. Dans ces conditions, nous nous limiterons à l'analyse de quelques théories pour étayer nos résultats.

### L'attitude, la perception et l'action entrepreneuriales

Le champ de l'entrepreneuriat est traversé par des théories qui tentent de cerner l'attitude entrepreneuriale. Citons-en quelques-unes. Le modèle théorique de [30] de la formation de l'événement entrepreneurial (Figure 1, ci-dessous) bénéficie du soutien de nombreux chercheurs[31.32.33.34.35]. Le modèle veut

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

saisir les événements de vie qui poussent une personne à s'orienter vers l'entrepreneuriat plutôt que vers une autre voie professionnelle. Discutant des dimensions sociales de l'entrepreneuriat, Shapero et Sokol présentent l'apparition d'une intention entrepreneuriale comme le résultat d'une perception positive ou négative de la désirabilité et de la faisabilité de l'acte d'entreprendre dans un environnement social, politique et culturel (voir Figure 1 ci-dessous).



**Fig1 : Formation de l'événement entrepreneurial [30]**

La notion de désirabilité perçue représente le degré d'attrait qu'une personne ressent envers la création d'entreprise[36]. Elle renvoie à l'attrait perçu pour la création d'entreprise en considérant l'influence des croyances, des principes, des peurs, des facteurs culturels et sociaux, la présence de modèles entrepreneuriaux dans l'entourage [37.38]. La faisabilité perçue symbolise le degré avec lequel une personne pense pouvoir mener à bien la création d'entreprise [36]. Elle résulte entre autres de la présence de soutiens dans l'acquisition des ressources nécessaires à la création d'entreprise[39.40.41]. La perception de la désirabilité et la perception de la faisabilité sont en interaction. L'individu peut juger l'acte désirable, mais non faisable, ou l'inverse.

La théorie de l'action raisonnée d'[42] est un modèle développé en psychologie sociale utilisé pour l'étude du domaine entrepreneurial. Ce modèle explique comment la décision de

s'engager dans une action entrepreneuriale est fondée sur les résultats que l'individu espère atteindre à la suite de l'exécution du comportement. En outre, en réponse aux critiques, [43] propose une théorie du comportement planifié. Celle-ci postule que, pour être concret, le comportement humain doit d'abord être décidé et planifié. Pour que le comportement soit décidé, trois types de facteurs devront agir de façon concomitante, soit les attitudes par rapport au comportement (désirabilité de l'entrepreneuriat), les normes sociales (l'influence et l'opinion des proches) et la détermination ou l'auto-efficacité c'est-à-dire les croyances quant à la capacité du sujet à réussir.

### Catégorisation des entrepreneurs

Le profil de l'entrepreneur a fait l'objet de nombreuses recherches ; le succès de l'entreprise étant attribué à son créateur et l'entrepreneuriat étant un élément important du développement économique. En outre, [44], [45] et [46] ont observé que les caractéristiques de l'entrepreneur ont un impact sur le développement de son entreprise. La personnalité d'un entrepreneur occupe une place centrale pour la réussite de son projet [28]. Un profilage plus précis des entrepreneurs qui ont créé avec succès une entreprise permettrait aux personnes intéressées de savoir si elles ont le profil le requis et aux organismes subventionnaires de sélectionner les candidats dont les chances de réussite sont élevées. Ce profilage permettrait aussi de mieux comprendre les modes d'action, les attitudes, les choix d'activités des acteurs organisationnels, et leurs modes de réaction à leurs divers milieux [47]. Ainsi, de nombreuses typologies sont apparues dans la littérature ; quelquefois complémentaires, souvent en contradiction.

Dans un récent article, [48] affirme qu'il n'existe pas de typologies, mais qu'on peut observer l'existence de similarités sur un ou plusieurs

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

points chez les entrepreneurs qui ont eu du succès, tel un style de gestion démocratique, interactif, horizontal, participatif et plus ouvert, un équilibre entre la vie familiale et la vie professionnelle ; en outre, les bons entrepreneurs sont altruistes, économes, préoccupés par la sécurité, disposent de réseaux informels, sont attirés par la richesse, ont un sens aigu de l'éthique, une facilité à développer des relations et le sens de l'épargne, sont audacieux, persistants et capables d'exercer un leadership fort.

En revanche, [38] répertorient trois approches pour catégoriser les entrepreneurs : descriptive, comportementale et celle par les processus. L'approche descriptive postule que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité et des attributs spécifiques qui les différencient des non-entrepreneurs [49]. L'approche comportementale, qualifiée de behavioriste, vise à connaître l'entrepreneur par ce qu'il fait [23]. Elle explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les liant à leurs contextes spécifiques [39], entre autres l'appartenance à des groupes ethniques, tribaux ou professionnels, les origines et les motivations. L'approche par les processus est à la fois une démarche et une analyse des variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise [39]. [50] décomposent le processus entrepreneurial en trois phases : l'existence d'une opportunité jusque-là inexistante, la détection de l'opportunité, c'est-à-dire le fait de réaliser que celle-ci existe, et l'exploitation de l'opportunité.

On le voit, l'opportunité est une notion centrale à l'entrepreneuriat. Ceci explique pourquoi certains chercheurs en font un critère de catégorisation. En effet, une autre typologie de l'entrepreneuriat se fonde sur le mobile de l'entrepreneur ou le secteur de création [31]. Ce dernier oppose l'entrepreneur d'opportunité à l'entrepreneur de nécessité. Ces concepts *opportunité/nécessité* sont

également appelés facteurs *positifs/négatifs* [30], facteurs *pull/push* [51], motivations *intrinsèques/extrinsèques* [52], entrepreneur *Révolutionnaire/Routinier* [53] ou encore entrepreneur *volontaire/contraint* [54]

Dans le *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*, [54] définissent ces notions. L'entrepreneur d'opportunité est motivé par la présence d'une opportunité perçue comme un meilleur choix de carrière. Ces entrepreneurs volontaires, en raison de leurs motivations, sont orientés vers les projets innovants, à forte croissance et secteurs d'exportation [55.56.57]. En fait, ils sont plus orientés vers des objectifs de croissance, d'innovation et de succès. Ils sont plus présents dans les secteurs de l'économie moderne tels que les secteurs de l'automobile, des services aux entreprises [54] et les secteurs de la technologie [58]. Ces héros des temps modernes [3], perçus comme imaginatifs et intelligents, ont une ambition plus grande. Si bien que l'entrepreneur semble se définir essentiellement par l'opportunité. À contrario, l'entrepreneur de nécessité ou contraint est motivé par l'obligation de créer son propre emploi [54]. Le vocable réfère aux personnes qui créent une entreprise parce que d'autres possibilités d'emploi sont absentes ou insuffisantes [59]. La création d'entreprise s'effectue généralement dans des situations difficiles et des situations de grande précarité [60]. La création par nécessité est caractérisée par des raisons de survie économique [61.60]. Il n'est pas cet homme héroïque, « superman » et visionnaire des temps modernes. Cette catégorie d'entrepreneurs est issue de situations de précarité, tel le chômage ; ceux-ci gèrent des organisations précaires. L'entrepreneur de nécessité est encore moins un porteur d'innovation ou un créateur d'emploi et, surtout pas un nouveau fortuné [62.63]. [54], découvrent que le pourcentage de créateurs contraints est plus élevé dans les secteurs dits traditionnels à savoir l'agriculture, la forêt, la pêche et



## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

l'Horeca. Selon [64], les entrepreneurs de nécessité sont plus présents dans le secteur du commerce de détail que les entrepreneurs d'opportunité. Étant donné que les entrepreneurs d'opportunité sont fortunés, ont un salaire élevé, bénéficient des réseaux de contacts intéressants que les entrepreneurs de nécessité, ils pourraient plus facilement décider de créer une entreprise au sein des secteurs offrant une forte rentabilité. Même si de plus en plus d'auteurs reconnaissent que, pour certains types d'entrepreneurs, la motivation économique n'est pas celle qui est recherchée en priorité [65,66], il n'en demeure pas moins que l'entrepreneuriat est synonyme de création de richesse [3]. À la suite d'une étude sur la perception entrepreneuriale d'étudiants [1] établissent trois typologies d'entrepreneurs :

- *Les résilients* perçoivent l'entrepreneuriat comme une nécessité. Ils n'ont d'autres moyens que d'entreprendre. Leurs motivations sont liées à leur situation d'inactivité professionnelle c'est-à-dire sortir du chômage.
- *Les élististes* sont issus des familles aisées. Bénéficiant des situations financières confortables, ils manifestent un désir d'autonomie et d'indépendance ;
- *Les cycliques*, eux sont contraints d'entreprendre pour l'instant contre leur gré, en attendant des jours meilleurs ou facteurs positifs. Pour ces derniers, entreprendre est temporaire, une étape intermédiaire de la carrière professionnelle, une transition de carrière. L'entrepreneuriat constitue un tremplin, une stratégie principale à court terme. On retrouve également cette catégorie d'entrepreneurs chez [67]. La création d'une entreprise leur permet d'occuper ses temps, d'acquérir une certaine expérience de travail en vue de profiter d'une mobilité professionnelle éventuelle. *Les cycliques* se rapprochent également de [66] qui soutiennent que la motivation économique n'est pas toujours prioritaire en entrepreneuriat. Cette thèse est également partagée par [68]. Selon cette auteure, l'entrepreneur « lifestyle » motivé en premier lieu

par une stratégie de vie (combinaison projet de vie et projet professionnel), est préoccupé davantage par l'accomplissement de soi et les conséquences de son activité professionnelle à la fois sur le plan social, familial et environnemental.

[48], souligne l'existence d'autres catégories d'entrepreneurs: entrepreneurs seniors, étudiants ou encore immigrés, et récemment les entrepreneurs sociaux, les « mampreneurs » et les « webentrepreneurs ». Par ailleurs, [69] conclue que la majorité des typologies entrepreneuriales développées sont des adaptations ou des prolongements de la conception de [70], à savoir:

- le prospecteur-innovateur [71]
- le suiveur- réacteur (Ibid)
- l'entrepreneur et le Propriétaire [26]
- le risque-manageur [72]
- l'artisan-famille (Ibid).

Force est de constater que, malgré l'abondance de la littérature sur les typologies en entrepreneuriat, aucune classification ne domine véritablement. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce constat, la pluridisciplinarité et l'hétérogénéité du champ de l'entrepreneuriat, les conditions et objectifs des chercheurs et le contexte de l'étude, par exemple. Cela dit, de façon globale, des spécificités communes apparaissent dans cette littérature transdisciplinaire. Les chercheurs observent l'entrepreneur comme un être humain possédant différentes qualifications : goût du risque, bon manager, bon homme d'affaires, par exemple. Voyons maintenant comment nous avons appliqué ces éléments théoriques dans notre recherche.

### III. METHODOLOGIE

Notre étude vise à compléter les travaux existants sur la perception entrepreneuriale, en particulier les croyances des étudiants envers l'entrepreneuriat. Contrairement aux recherches

### Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

antérieures, nous utilisons un instrument de mesure créé spécialement pour caractériser la perception entrepreneuriale. Ainsi, nous allons décrire les construits permettant de mesurer la perception des étudiants par le biais de différents concepts à savoir un concept central (Définitions de l'entrepreneuriat), l'approbation de l'idée d'entreprendre, le positionnement face à l'entrepreneuriat et la comparaison entre ses avantages et les inconvénients.

Le concept central s'appuie sur les différentes typologies de l'entrepreneuriat établies précédemment. Nous le décomposons en trois conceptions de l'entrepreneuriat. La conception « optimiste » est liée à la perception positive [30]; celle-ci s'appuie sur l'idée que l'entrepreneuriat est un facteur de création de richesse, modernisation de l'économie et innovation [50]. Cette définition s'oppose à la conception « pessimiste »; elle est liée à la perception négative de [30]. Elle associe l'entrepreneuriat aux difficultés, aux précarités [60] et des prises de [73.74]. En d'autres mots, l'entrepreneuriat est synonyme du travail sans relâche et de contraintes. Enfin, il existe une conception « modérée », symbolisant l'idée d'autonomie et d'indépendance de l'entrepreneur[75]. Les adeptes de cette définition conçoivent l'entrepreneuriat comme un besoin de se réaliser par l'acquisition d'une autonomie. Cette troisième définition renvoie à la catégorie des entrepreneurs cycliques [1] ou « lifestyle » [66, 67] des auteurs pour lesquels la motivation économique n'est pas l'élément principal menant à la création d'une entreprise.

Les étudiants participant à l'étude étaient invités à se situer sur cette typologie de l'entrepreneuriat, celle symbolisant le mieux leur adhésion à une de cette conception. À cette typologie se greffent trois autres concepts qualifiés de secondaires. D'abord, l'approbation générale de l'idée d'entreprendre; ce concept veut évaluer l'acceptation de l'idée même

d'entreprendre dans le milieu étudiant. Ensuite, le positionnement face à l'entrepreneuriat par le biais d'une question comportant des choix de réponse : Comment qualifiez-vous l'idée d'entreprendre ? Enfin, la perception des avantages et des inconvénients de l'entrepreneuriat est également jugée.

Après avoir élaboré le questionnaire, nous l'avons soumis aux responsables de deux structures spécialisées en entrepreneuriat des jeunes pour une évaluation qualitative. Ces agences ont suggéré des modifications qui ont été apportées à l'instrument de mesure. Nous avons ensuite procédé à un prétest auprès d'un échantillon d'étudiants restreint dans les résidences de l'Université de Cocody à Abidjan; ceci nous a permis d'effectuer d'autres modifications mineures au questionnaire.

La version définitive du questionnaire a été administrée à 441 répondants durant le premier trimestre (hiver) 2019 par deux enquêteurs de niveau Master et doctorat, recrutés et formés à cet effet. L'échantillon de l'étude a été sélectionné de façon non probabiliste, soit en sélectionnant les répondants dans des espaces publics, sur les campus et dans les résidences universitaires de deux universités publiques et de deux grandes écoles privées. Une dimension aléatoire a été ajoutée à notre technique d'échantillonnage en distribuant les questionnaires sur cinq sites, la cueillette s'effectuant sur plusieurs journées et en retenant seulement chaque quatrième étudiant qui se présentait à nous. Nous avons utilisé le logiciel SPSS afin de tester la relation entre chacune des variables par le biais d'analyses croisées. Les variables auxquelles nous faisons appel, sont les suivantes :

Adhésion à une définition de l'entrepreneuriat : « Selon vous, laquelle des définitions suivantes s'applique le mieux à l'entrepreneuriat » est évaluée à partir du choix unique d'une des trois

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

définitions de l'entrepreneuriat proposées aux étudiants.

Approbation générale de l'idée d'entreprendre / Créer une entreprise : « Est-ce que vous approuvez en général l'idée d'entreprendre / Créer une entreprise ? » est mesurée sur une échelle de 3 niveaux (Oui - Modéré - Non).

Positionnement face à l'entrepreneuriat / Créer une entreprise : « Comment qualifieriez-vous l'idée d'entreprendre / Créer une entreprise actuellement ? » est mesurée sur une échelle en 5 points (Très mauvaise - Mauvaise - Moyenne - Bonne - Très bonne). Nous avons opéré des transformations des variables afin de ramener l'échelle à trois niveaux d'échelle (Pas bon - Moyen - Bon) grâce au logiciel SPSS.

Comparaison « avantage/inconvénients » de l'entrepreneuriat : « Comment évaluez-vous le ratio avantages/inconvénients de l'entrepreneuriat, ou création d'entreprise ? » La mesure est faite sur une échelle à 3 niveaux (Les désavantages l'emportent sur les avantages - Les avantages et les inconvénients sont équilibrés - Les avantages compensent largement les inconvénients).

À la fin du questionnaire, les participants étaient invités à répondre à des questions portant sur leur profil sociodémographique : l'âge, le sexe, la spécialisation d'étude, le groupe ethnique d'appartenance et l'établissement de formation. Passons maintenant à la présentation des résultats de notre étude.

### IV. PRESENTATION DES RESULTATS

Nous présentons nos résultats dans cinq sous-sections, soit : 1. le profil des répondants, 2. l'influence de l'établissement de formation sur l'adhésion à une définition de l'entrepreneuriat, 3. l'influence du genre sur l'approbation de l'entrepreneuriat, 4. l'influence de l'établissement de formation sur l'appréciation de

l'entrepreneuriat, 5. l'influence de l'établissement de formation sur les avantages et des désavantages de l'entrepreneuriat, 6. l'influence du domaine de spécialisation sur la perception de prédominance des avantages ou des désavantages de la création d'une entreprise.

### Profil des répondants

Les 441 répondants sont âgés en moyenne de 23 ans. Dans l'échantillon, le pourcentage des répondants de sexe masculin (51%) est presque égal à celui des répondants de sexe féminin (49%). Les répondants sont majoritairement des étudiants de premier cycle (86.90 %) issus à parts égales d'universités publiques (49.7 %) et de grandes écoles privées (50.3 %). Les domaines de spécialisation sont l'économie (7,6 %), la gestion (23,2 %) et les autres spécialisations (69.2 %). Les sources de revenus au moment de l'enquête sont : la famille (71 %) et autres (29 %). Les répondants sont issus de différents groupes ethniques : Gour (Senoufo, Lobi, Koulango...) (20.8 %), Akan (Baoulé, Agny...) (29.9 %), Mandé (Dioula...) (15 %), Krou (Dida, Bété...) (18.9 %) et autres (12.2 %).

### Influence de l'établissement de formation sur la définition de l'entrepreneuriat

Les répondants devaient effectuer un choix unique parmi les trois définitions de l'entrepreneuriat proposées. Nous avons croisé cette variable avec le type d'établissement. Vous trouverez les résultats de cette analyse croisée dans le Tableau 1 dans la colonne de droite.

*Définition "optimiste" : « Créer une entreprise, la faire prospérer et devenir riche »*

Environ la moitié des répondants de sexe masculin (50,9 %) et une proportion élevée de répondants de sexe féminin (43,1 %), adhèrent à cette façon de concevoir l'entrepreneuriat; ils sont inscrits au premier cycle (45,7 %) et au deuxième cycle (57,1 %), en gestion (50,5 %), en



## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

économie (53,1 %) et dans d'autres spécialisations (46,4 %).

*Définition "modérée" : « Avoir un besoin de se réaliser et être autonome »*

Moins de la moitié des répondants de sexe masculin (46,8 %) et un peu plus de la moitié des répondants de sexe féminin (54,5 %) adhèrent à cette façon de concevoir l'entrepreneuriat; ils sont inscrits au premier cycle (51,9 %) et second cycle (41,1 %), en gestion (49,6 %), économie (46,9 %) et dans d'autres spécialisations (50,2 %).

*Définition "pessimiste" : « Prendre des risques, trop de problèmes et travailler sans repos »*

Une proportion marginale des répondants de sexe masculin (2,3 %) et de sexe féminin (2,4 %) conçoit l'entrepreneuriat sous cette perspective. Ces répondants sont uniquement inscrits dans d'autres spécialisations (2,4 %) et 1,8% sont inscrits au premier cycle et 1,8% au second cycle.

**Tableau I: Définition de l'entrepreneuriat selon l'établissement de formation**

Définitions			Établissement		Confiance (p)
			Universités	Grandes Écoles	
Définition entrepre- neuriat	Optimiste	(#)	113	89	0,003
		(%)	53,3%	41,4%	
	Modérée	(#)	91	124	
		(%)	42,9%	57,7%	
	Pessimiste	(#)	8	2	
		(%)	3,8%	0,9%	
Total		(#)	212	215	
		(%)	100,0%	100,0%	

Dans le questionnaire, les répondants étaient invités à indiquer leur institution de formation soit " Université publique" ou "Grande École".

Avec un niveau de confiance supérieur à 99% ( $p=0,003$ ), une analyse croisée entre la définition de l'entrepreneuriat (variable dépendante) et l'établissement de formation (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre les universités publiques et les grandes écoles. Le tableau I ci-dessus indique par exemple que 53,3 % des répondants issus des universités publiques adhèrent à la définition optimiste de l'entrepreneuriat contre 41,4 % des étudiants issus des grandes écoles. Les premiers ont une perception positive de l'entrepreneuriat. Ils sont confiants dans l'avenir entrepreneurial. À l'inverse, 57,7 % des répondants issus des grandes écoles sont partisans de la définition "modérée" de l'entrepreneuriat contre 42,9 % des étudiants issus des universités publiques. Cette conception modérée de l'entrepreneuriat est associée avec le fait d'être son propre patron, d'être indépendant, et de travailler selon ses propres orientations et à son propre rythme.

**Influence du sexe sur l'approbation de la création d'une entreprise**

**Tableau II: Approbation de la création d'une entreprise selon le sexe**

Niveau d'approbation			Sexe		Confiance (p)
			Masc.	Fém.	
Approbation entrepre- neuriat	Oui	(#)	172	132	0,001
		(%)	78,9%	64,1%	
	Modé- rée	(#)	40	71	
		(%)	18,3%	34,5%	
	Non	(#)	6	3	
		(%)	2,8%	1,5%	
Total		(#)	218	206	
		(%)	100,0%	100,0%	

Nous avons demandé aux répondants leur niveau d'approbation quant à la création d'une

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

entreprise; l'échelle comportait trois niveaux, soit oui, modérée ou non. Nous avons croisé cette variable avec le sexe du répondant. Vous trouverez les résultats de cette analyse croisée dans le Tableau II ci-dessus.

Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ( $p=0,001$ ), une analyse croisée entre le niveau d'approbation (variable dépendante) et le sexe (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre les hommes et les femmes. Le tableau 2 ci-dessous révèle qu'une forte majorité des hommes (78,9 %) et seulement 64,1 % des femmes interrogées approuvent fortement l'idée de créer une entreprise. Cependant, seulement 18,3 % des hommes et un peu plus du tiers des femmes (34,5 %) approuvent modérément cette idée.

### Influence de l'établissement de formation sur l'appréciation la création d'une entreprise

Nous avons également demandé aux répondants leur niveau d'appréciation quant à la création d'une entreprise; l'échelle comportait trois niveaux, soit bon, moyen ou pas bon.

**Tableau III : Appréciation de l'idée de créer une entreprise selon l'établissement de formation**

Niveau d'appréciation			Établissement		Confiance (p)
			Universités	Grandes Écoles	
Appréciation entrepreneuriat	Bon	(#)	113	89	0,000
		(%)	53,3%	41,4%	
	Moyen	(#)	91	124	
		(%)	42,9%	57,7%	
	Pas bon	(#)	8	2	
		(%)	3,8%	0,9%	
Total		(#)	208	214	
		(%)	100,0%	100,0%	

Avec un niveau de confiance supérieur à 99% ( $p=0,000$ ), une analyse croisée entre la définition

de l'entrepreneuriat (variable dépendante) et l'établissement de formation (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre les universités publiques et les grandes écoles. Le tableau III ci-dessus révèle qu'une vaste majorité des répondants issus des grandes écoles (93,0 %) et un peu plus des trois-quarts des étudiants des universités publiques (77,9 %) apprécient l'idée de créer une entreprise. Même si dans les deux cas, on constate que les répondants apprécient l'entrepreneuriat, les répondants des grandes écoles sont quasiment unanimes sur cette question.

### Influence de l'établissement de formation sur la perception des avantages et désavantages de la création d'une entreprise

Nous avons aussi demandé aux répondants de se prononcer sur les avantages et les désavantages ou inconvénients de la création d'une entreprise. Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ( $p = 0,000$ ), une analyse croisée entre la perception des avantages et désavantages (variable dépendante) et l'établissement de formation (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre les universités publiques et les grandes écoles. Le tableau IV ci-dessous révèle que presque les deux-tiers (64,4 %) des répondants issus des grandes écoles et environ le tiers (34,1 %) de ceux issus des universités publiques soutiennent que les avantages de l'entrepreneuriat excèdent les désavantages. On le voit, un pourcentage presque deux fois plus élevé des répondants des grandes écoles affirme que les avantages l'emportent sur les désavantages.

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Tableau IV : Perception désavantages et désavantages selon l'établissement de formation

Avantages/ Désavantages			Établissement		Confiance (p)
			Universités	Grandes Écoles	
Perception avantages/ désavantages	Avantages +	(#)	72	142	0,000
		(%)	34,1 %	65,4 %	
	Équilibre	(#)	123	69	
		(%)	58,3 %	31,8 %	
	Désavantages +	(#)	16	6	
		(%)	7,6 %	2,8 %	
Total		(#)	211	217	
		(%)	100,0%	100,0%	

Inversement, 31,8 % des répondants issus des grandes écoles et 58,3 % de ceux issus des universités publiques estiment que les avantages et les désavantages s'équilibrent. Ceci confirme le fait que les répondants des grandes écoles ont une perception plus favorable de l'idée de créer une entreprise.

**Influence du domaine de spécialisation sur la perception de prédominance des avantages ou des désavantages de la création d'une entreprise**

Nous avons aussi demandé aux répondants de se prononcer sur la prédominance des avantages ou des désavantages de la création d'une entreprise.

Tableau V : Prédominance des avantages ou des désavantages de la création d'une entreprise selon le domaine de spécialisation

Avantages/ Désavantages			Spécialisations			Confiance (p)
			Gestion	Économie	Autres	
Perception avantages / désavantages	Avantages +	(#)	71	14	132	0,000
		(%)	68,9 %	42,4 %	44,7 %	
	Équilibre	(#)	30	18	144	
		(%)	29,1 %	54,5 %	48,8 %	
	Désavantages +	(#)	2	1	19	
		(%)	1,9 %	3,0 %	6,4 %	
Total		(#)	103	33	295	
		(%)	100,0 %	100,0 %	100,0 %	

Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ( $p = 0,000$ ), une analyse croisée entre la perception de prédominance des avantages ou des désavantages (variable dépendante) et la spécialisation de formation (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives. Le tableau V ci-dessus révèle que plus des deux-tiers (68,9 %) des étudiants en gestion, 42,4 % des étudiants en économie et 44,7 % des étudiants d'autres spécialisations estiment que les avantages de l'entrepreneuriat l'emportent sur les désavantages. En revanche, seulement 29,1% des répondants en gestion, 54,5% de ceux en économie et 48,8% de ceux d'autres spécialisations estiment que les avantages et les désavantages s'équilibrent. Les deux résultats concordent : les répondants provenant de la spécialisation gestion sont beaucoup plus portés à voir les avantages de la création d'une entreprise.

V. DISCUSSION ET CONCLUSION

La perception de la création d'une entreprise par les jeunes, en particulier les étudiants, est l'un

### Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

des aspects de l'entrepreneuriat peu étudié en Afrique au Sud du Sahara [1]. En outre, l'attitude d'un étudiant envers la création d'une entreprise repose en partie sur sa vision de l'entrepreneuriat [76]. Notre étude avait donc pour objectif d'analyser les différentes perceptions, visions et croyances des étudiants de la Côte d'Ivoire à l'égard de l'entrepreneuriat.

Dans le cadre de cette analyse, les perceptions sont appréhendées à partir de la perception de la désirabilité de la création d'une entreprise [30]. Afin de mieux expliciter ces perceptions entrepreneuriales, nous avons choisi un échantillon d'étudiantes de différentes spécialisations d'universités publiques et de grandes écoles suivant des formations ou des programmes variés (voir méthodologie). Si dans l'ensemble, les perceptions du concept d'entrepreneuriat et l'évaluation de la prédominance des avantages sur les désavantages sont positives, des différences significatives existent en fonction de trois variables, soit l'établissement de formation, le sexe et le domaine de spécialisation. En premier lieu, notre recherche démontre que l'établissement de formation influence de façon significative les croyances des répondants à l'égard de l'entrepreneuriat à plusieurs niveaux. Plus de la moitié, soit 53,3 % des répondants issus des universités publiques, adhèrent à la définition *optimiste* de l'entrepreneuriat, c'est-à-dire le fait que la création d'une entreprise est faite dans le but de la faire prospérer et de devenir riche. Cette perception s'appuie sur le principe voulant que l'entrepreneuriat soit un facteur de création de richesse, de modernisation de l'économie et d'innovation[50]. Pour ces personnes, l'entrepreneuriat est lié à la création d'emploi, à la participation à la vie économique et au fait d'être bien rémunéré. Par ailleurs, 57,7 % des répondants issus des grandes écoles adhèrent plutôt à la définition *modérée* de l'entrepreneuriat, soit le fait d'avoir le besoin de se réaliser et d'être autonome. Ces personnes

associent l'entrepreneuriat à la liberté, l'autonomie et le fait d'être son propre patron. Ces différences de perceptions résultent en partie de la multiplicité des croyances et des motivations liées à la création d'une entreprise. Définir l'entrepreneuriat constitue toujours un défi, compte tenu de la très grande variété de perspectives à partir desquelles les spécialistes qui ont étudié l'entrepreneuriat l'ont fait [23].

Toujours en ce qui concerne l'influence de l'établissement de formation sur les croyances entrepreneuriales, l'étude révèle également que 93,0 % des répondants issus des grandes écoles apprécient l'idée de créer une entreprise, alors que seulement 77,9 % des répondants des universités publiques ont le même niveau d'appréciation pour cette idée.

Enfin, l'établissement de formation influence également l'évaluation de la prédominance des avantages ou des désavantages inhérents à la création d'une entreprise. En effet, 64,4 % des répondants issus des grandes écoles et seulement 34,1 % des répondants issus des universités publiques soutiennent que les avantages de l'entrepreneuriat surpassent les désavantages. Cependant, seulement 31,8 % des répondants issus des grandes écoles et 58,3 % de ceux issus des universités publiques soutiennent que les avantages et les désavantages de l'entrepreneuriat s'équilibrent.

Pour ce qui est du sexe, l'étude révèle une différence significative entre les hommes et les femmes à l'égard de la création d'entreprise. Un pourcentage plus élevé d'hommes (78,9 %) que de femmes (64,1 %) approuvent fortement l'idée de créer une entreprise. Cependant, seulement 18,3 % des hommes et un peu plus du tiers des femmes (34,5 %) approuvent modérément cette idée. En définitive, si le niveau d'approbation est plus élevé chez un plus grand pourcentage d'hommes, un pourcentage presque identique d'hommes et de femmes approuvent l'idée de

### Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

créer une entreprise *au moins* modérément, soit respectivement 97,2 % et 98,6%. Cette différence n'est pas statistiquement significative. Il convient de souligner que la question du sexe en matière d'entrepreneuriat, et dans d'autres domaines, est un champ d'études complexe qui évolue dans le temps[67]; de nombreuses variables, culturelles entre autres, peuvent influencer les résultats. En matière d'entrepreneuriat, certains auteurs ont identifié des différences entre les hommes et les femmes [77.78.79]. D'autres ont plutôt considéré l'entrepreneuriat comme une activité ne variant pas selon le sexe [80.81.82]. D'autres auteurs encore tendent à montrer qu'il y a plus de similitudes que de différences entre hommes et femmes entrepreneurs dans les motivations, les façons de penser et d'agir [83.84.85]

Abordons maintenant l'influence du domaine de spécialisation sur la perception des répondants quant à la prédominance des avantages ou des désavantages liés à la création d'une entreprise. Plus des deux-tiers des répondants issus du domaine de la gestion, soit 68,9 %, estiment que les avantages l'emportent sur les désavantages. Cette proportion est moindre chez les répondants en économie (42,4 %) et ceux d'autres spécialisations (44,7 %). En revanche, un peu plus de la moitié des répondants en économie (54,5 %), presque la moitié des répondants d'autres spécialisations (48,8 %) et moins du tiers des répondants en gestion, soit 29,1 %,estiment que les avantages et les désavantages s'équilibrent. En définitive, nous pouvons donc affirmer que, toutes spécialisations confondues, seulement 5,1% des répondants estiment que les désavantages surpassent les avantages ; peu de personnes sont donc opposées farouchement à l'idée de créer une entreprise.

Revenons au concept de désirabilité, selon la terminologie de [30], lequel représente le degré d'attrait qu'un individu ressent envers la création d'une entreprise ; la désirabilité de l'entrepreneuriat est élevée chez les répondants.

Dès lors que les croyances sont positives, soit optimistes, soit modérées, l'environnement social pourra créer un contexte favorable à la concrétisation des croyances en une perception de faisabilité, puis à en une intention d'effectivement créer une entreprise. Selon [86], plus l'éveil à l'entrepreneuriat est tôt, plus l'individu sera sensible aux déclencheurs qui l'amèneront à créer une entreprise. L'éveil peut activer une envie et alimenter un passage à l'action[1]. Toutefois, l'enthousiasme des répondants à notre étude suscite quelques questionnements. Vu le faible pourcentage de répondants adhérant à la définition pessimiste de l'entrepreneuriat, nous nous interrogeons à savoir si l'ensemble des répondants est conscient des nombreuses difficultés (financement, innovation, accompagnement) et risques liés à l'entrepreneuriat ?

Bien que notre étude soit de nature quantitative et fondée sur plus de quatre-cents répondants, nous considérons qu'elle est exploratoire; d'autres études sont requises pour confirmer et approfondir notre compréhension de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire et ailleurs. Par exemple, l'étude aurait pu s'étendre à d'autres villes, permettant d'avoir une vision plus globale du pays. Une autre limite de l'étude réside dans les définitions de l'entrepreneuriat proposées. Sachant que toute définition présente aussi des limites liées à notre perception et à notre compréhension du sujet [23], celles proposées aux étudiants dans le questionnaire ont pu orienter d'une façon ou d'une autre les croyances des participants à la recherche. Enfin, un autre biais a pu se glisser dans l'étude; nous n'avons pas demandé le niveau de formation des répondants en matière d'entrepreneuriat. En effet, parmi les participants à l'étude, certains ont possiblement eu une formation en entrepreneuriat alors que d'autres n'en auraient pas reçue; ce facteur pourrait affecter la perception de l'entrepreneuriat; une analyse croisée fondée sur l'existence, ou non, de différences significatives



## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

en fonction de la formation reçue ou non aurait été intéressante.

### References

[1] Kane N. O. D., Sy T., Massing F. P. N. et Lambert Liboudou. (2014). Les Déterminants de l'Entrepreneuriat des Jeunes en Afrique de l'Ouest : Le Cas de la Mauritanie et du Sénégal. Rapport de Recherche du FR-CIEAN° 81/14.

[2] Boutillier, S. (2006). « L'ascenseur social de l'artisanat », Constructif, n° 15, octobre, [http://www.constructif.fr/bibliotheque/2006-10/l-ascenseur-social-de-l-artisanat.html?item\\_id=2742](http://www.constructif.fr/bibliotheque/2006-10/l-ascenseur-social-de-l-artisanat.html?item_id=2742).

[3] Janssen, F. (2009). *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*. Bruxelles : De Boeck.

[4] François, V. et Al. (2016). « Les difficultés rencontrées par les jeunes entreprises innovantes : incubées versus non incubées » in Philippart, P. (dir) (2016). *Écosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement*. Éditions EMS

[5] Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement. (2015). *L'entrepreneuriat au service du renforcement des capacités productives*. Note du secrétariat de la CNUCED. P24 [https://unctad.org/meetings/fr/SessionalDocuments/ciimem4d8\\_fr.pdf](https://unctad.org/meetings/fr/SessionalDocuments/ciimem4d8_fr.pdf)

[6] Philippart, P. (2016). *Écosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement*. Éditions EMS.

[7] Belitski, M. et Heron, K. (2017). Expanding entrepreneurship education ecosystems. *Journal of Management Development*, 36(2), 163-177

[8] Duruflé, G., Hellmann, Th. et Wilson, K. (2018). Catalysing entrepreneurship in and around universities. *Oxford Review of Economic Policy*, 34 (4), 615-636.

[9] OCDE. (2012). « Synthèse sur l'entrepreneuriat des jeunes » L'activité entrepreneuriale en Europe, p28, [https://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20FR\\_FINAL.pdf](https://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20FR_FINAL.pdf)

[10] Potter, J. (2008), *Entrepreneurship and Higher Education*, OCDE, Paris. [https://www.oecd-ilibrary.org/education/entrepreneurship-and-higher-education/entrepreneurship-and-higher-education-future-policy-directions\\_9789264044104-16-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/entrepreneurship-and-higher-education/entrepreneurship-and-higher-education-future-policy-directions_9789264044104-16-en)

[11] Barbosa, S. D., De Oliveira, W. M., Fayolle, A. et Barbosa, F. V., (2010). « Perceptions culturelles et intention d'entreprendre une comparaison entre des étudiants brésiliens et français », *Revue internationale P.M.E.*, Volume 23, numéro 2, p. 7-172 <https://id.erudit.org/iderudit/1005743ar>

[12] Osterwalder, A. et Pigneur, Y. 2011. *Business model : nouvelle génération : un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers*, Montréal, Person éducation, 279p.

[13] Salhi, B. et Boujelbene Y. (2013). « La formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants suivant des programmes en entrepreneuriat ». *La Revue Gestion et Organisation* 5 p 40-61

[14] Maâlej, A. (2013), « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés », *La Revue Gestion et Organisation* 5, 33-39

[15] Benié, A. (2012). *Formation universitaire et développement de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants*. Thèse unique de

Doctorat de Sociologie de l'éducation, spécialité développement du capital humain, Université Félix Houphouët Boigny de Cocody, Abidjan, Côte d'Ivoire.

[16] Brou, F. R. (2016). *Problématique d l'insertion socioprofessionnelle des jeunes diplômés des universités publiques de Côte d'Ivoire*. Thèse unique de Doctorat de Sociologie de l'économie et de l'emploi, Université Félix Houphouët Boigny de Cocody, Abidjan, Côte d'Ivoire.

[17] Hillarion, B. et Yéo, S. (2017), « Éducation à l'entrepreneuriat et propension à entreprendre en contexte de formation professionnelle en Côte d'Ivoire » *European Scientific Journal*, Vol.13, No.28.

[18] Achi E. N., et Bony K. N, (2018), « *Processus psychologiques et intention entrepreneuriale chez les étudiants ivoiriens* », *International Psychology, Practice and Research*, n0 8 [http://www.fiuc.org/bdf/pdf/091\\_piper\\_achi\\_et\\_bony\\_revise1.pdf](http://www.fiuc.org/bdf/pdf/091_piper_achi_et_bony_revise1.pdf)

[19] Ouattara, A. (2007) *L'entrepreneuriat féminin en Côte d'Ivoire : obstacles et opportunités, management international*, vol.11, n°2, p.53-64.

[20] Dali C, (2014). L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans un processus de développement local en milieu rural : le cas de la sous-préfecture de Gadouan en côte d'ivoire. Thèse de doctorat, Université du Québec à Rimouski, p479

[21] Sonzai, T. (2017). Impact culturel Africain sur le processus entrepreneurial: cas de la création d'entreprise, Thèse de doctorat, Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody.

[22] Soro S. A. (2018). Etude des facteurs de succès du processus d'accompagnement entrepreneurial en contexte ivoirien, Thèse de doctorat, Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02572804/document>

[23] Filion, L. J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Volume 10, no 2, p 129-172. <https://doi.org/10.7202/1009026ar>

[24] Fayolle A. (2004), *Entrepreneuriat – Apprendre à apprendre*. Dunod.

[25] BRUYAT, C. et P.-A. JULIEN (2001), « Defining the field of research in entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, vol. 16, no 2, p. 165-180.

[26] Gartner, W.B. (1989), « Some suggestions for research on entrepreneurial traits and entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 14, no 1, p. 27-38.

[27] Wortman, M. Jr. (1987), « Entrepreneurship : an integrating typology and evaluation of the empirical research in the field », *Journal of Management*, vol. 13, no 3, p. 259-279.

[28] Bruyat, C. (1993), *Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation*, thèse de doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), École Supérieure des Affaires, 431 p.

[29] Tornikoski, E. (1999), *Entrepreneurship through constructivist lenses: visionary entrepreneurship process – a conceptual development*, Licentiate Thesis in Management and Organization, University of Vaasa, 167 p

[30] Shaper, A. et L. Sokol (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », dans C. Kent et al. (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, p. 72-90.

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

- [31] Krueger, N. (1993). The impact of prior exposure to entrepreneurship on Perceptions of new venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship Theory and practice*, 18 (1), p 5-21
- [32] Krueger, N. and Carsrud, A. (1993) Entrepreneurial intentions: Applying the theory of Planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330.
- [33] Kostova, T. (1997), "Country institutional profiles: Concept and measurement", *Academy Of Management*, Best paper proceeding, pp.180-189.
- [34] Krueger, N. F., Reilly, M. D., et Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432
- [35] Hayton J. C, George G et Zahra S.A. (2002), "National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research", *Entrepreneurship, theory and practice*, vol. 26, n°4, pp 33-52.
- [36] Boissin J-P, Chollet B, Emin S. (2008), « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux », *Revue Française de Gestion*, vol.34, n°180, pp. 25-43.
- [37] Audet J., (2004), "A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students", *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 10, n° 1-2, p. 3-16
- [38] Diamane, M et Koubaa, S. (2016). Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat. Conference Paper, 2ème Colloque international sur L'entrepreneuriat et le développement des PME dans le monde [https://www.researchgate.net/publication/311738962\\_Les\\_approches\\_dominantes\\_de\\_la\\_recherche\\_en\\_entrepreneuriat](https://www.researchgate.net/publication/311738962_Les_approches_dominantes_de_la_recherche_en_entrepreneuriat)
- [39] Tournes 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 en Sciences de Gestion, Université de Rouen.
- [40] Omrane, A. (2015), « L'accès aux ressources en création d'entreprise: vers une reconsidération des facteurs sociaux » *Revue Gestion et Organisation* 7(1), 9–22 [41] Errays et Tourabi (2018).
- [42] Fishbein, M., et Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison—Wesley.
- [43] Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behaviour. In J. Kuhi & J. Beckmann (Eds.), *Action—control: From cognition to behaviour* (pp. 11—39). Heidelberg: Springer
- [44] Cassar, G. (2007), « Money, money, money? A Longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 19, n° 1, pp. 89-107.
- [45] Van Stel, A., Storey, D. J., Thurik, R. (2007), « The effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship », *Small Business Economics*, vol. 28, n° 2, pp. 171-186.
- [46] Baum, J. R. et Locke, E. A. (2004), « The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth », *Journal of Applied Psychology*, vol. 89, n° 4, pp. 587-598.
- [47] Fillion, L. J. (2000), « Typologie des entrepreneurs, est-ce vraiment utile ? », in T. Verstraete, *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'entrepreneuriat* (pp. 251-262), Paris, EMS.
- [48] Alexandre, L. (2016). Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 15(3), 109-127. doi:10.3917/entre.153.0109
- [49] Hernandez. E-M, (1999), « Le processus entrepreneurial. Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris, l'Harmattan, 256 p.
- [50] Shane S. et Venkataraman S., « The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, 2000, p. 217-226.
- [51] Gilad, B. et Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45-53
- [52] Liao, J. J., Welsch, H., Pistrui, D. (2001), « Environmental and individual determinants of entrepreneurial growth: an empirical examination », *Journal of Enterprising Culture*, vol. 9, n° 3, pp. 253-272.
- [53] Boutillier, S. et Uzunidisou, D. (1999), *La légende de l'entrepreneur*, Paris, Syros/La Découverte
- [54] Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Hay, M. (2001), *Global Entrepreneurship Monitor, Summary Report*.
- [55] Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J., Van Der Zwan, P. (2010), « Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs », *EIM Research Reports*, H201011, Mars, p. 1-24.
- [56] Block, J. et Sandner, P. (2009), « Necessity and Opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data », *Journal of Industry, Competition and Trade*, vol. 9, n° 2, pp. 117-137.
- [57] Mc Mullen, J. S., Bagby, D. R., Palich, L. E. (2008), « Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 32, n° 5, pp. 875-896.
- [58] Caliendo, M., Kritikos, A. S. (2009), « "I want to, But I Also Need to": Start-Ups Resulting from Opportunity and Necessity », *IZA Discussion Paper No. 4661*, Décembre 2009, pp. 1-33.
- [59] Hechavarria, D.M. et Reynolds, P.D. (2009). Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), p. 417-437.
- [60] Nakara, W. et Fayolle, A. (2012a). Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat. *Économies et sociétés*, 46(9), p. L 729-1764.
- [61] Giacomini, O., Janssen, F. & Guyot, J. (2016). Entrepreneurs de nécessité et d'opportunité : quels comportements durant la phase de création ? *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 15(3), 181-204. doi:10.3917/entre.153.0181.
- [62] Jones, C. et Spicer, A. (2009). *Unmasking the entrepreneur*. Edward Elgar Cheltenham, Business School (UK).
- [63] Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small business economics*, 33(2), p. 141-149.
- [64] Hughes, K. D. (2006). «Exploring Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs ». *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 19, Issue 2, p. 107-120 2006.

## Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

- <https://ssrn.com/abstract=1502033> [65]Badulescu, A., Badulescu, D. (2014), « Is there evidence of a European lifestyle entrepreneur in tourism », *Annals of University of Oreada, Economic Science*, vol. 23, n° 1, pp. 49-56.
- [66]Carsrud, A., Brannback, M. (2011), « Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know ? », *Journal of Small Business Management*, vol. 49, n° 1, pp. 9-26.
- [67] D'Andria, A. et Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 15(3), 87-107. doi:10.3917/entre.153.0087.
- [68] Gomez-Breyse, M. (2016). L'entrepreneur « lifestyle ». *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 15(3), 231-256. doi:10.3917/entre.153.0231.
- [69] Lagarde, V. (2006), « Interrogation du mythe de l'entrepreneur à travers la trajectoire inégale d'un créateur persistant », *Management et Sciences Sociales. Entreprendre, un projet de vie (Analyses et interprétations)*, (1), juin, pp. 69-97, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00839349>.
- [70]Smith, N.R. (1967). The entrepreneur and his firm : The relationship between type of man and type of company, Michigan State University, Bureau of Business and Economic Research, East Lansing.
- [71]Miles R. et Snow C., (1978), *Organisational strategy, Structure, and Process*, New York, Mc GrawHill.
- [72]Lafuente, A. et V. Salas (1989), «Types of entrepreneurs and firms: the case of new Spanish firms», *Strategic Management Journal*, vol. 10, no 1, p. 17-30.
- [73] Knight K. E(1967). A Descriptive Model of the Intra-Firm Innovation Process. *The Journal of Business* Vol. 40, No. 4 (Oct., 1967), pp. 478-496 (19 pages) <https://www.jstor.org/stable/2351630>.
- [74] Drucker P. F. (1970). The Age of Discontinuity. In: *Population*, 25<sup>e</sup> année, n°1, 1970. p. 171. [https://www.persee.fr/doc/pop\\_0032-4663\\_1970\\_num\\_25\\_1\\_14586](https://www.persee.fr/doc/pop_0032-4663_1970_num_25_1_14586).
- [75]Verstraete T. et A. Fayolle (2005), *Paradigmes et entrepreneuriat* », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 21, n° 3, p. 33-52.
- [76] Tounès A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *Revue des Sciences de gestion, Direction et Gestion*, Mai/Juin, n°41, 219.
- [77] Brush, C., Cooper, S. Y. (2012), « Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective », *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, vol. 24, n° 1-2, pp. 1-6.
- [78]Gawel, A. (2013), « Female entrepreneurship in Poland », *Poznan' University Of Economics Review*, vol. 13, n° 1, pp. 116-130.
- [79]Jennings, J., Brush, C. (2013), « Research on Women Entrepreneurs, Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? », *The Academy of Management Annals*, pp. 665-713.
- [80]Birley, S. (1989), « Female entrepreneurs: Are they really different? », *Journal of Small Business Management*, vol. 27, pp. 32-37
- [81]Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success », *Journal of Small Business Management*, vol. 35, n° 1, pp. 34-46
- [82]Holmquist, C. (1997), « The other side of the coin or another coin? Women's entrepreneurship as a complement or an alternative? », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 9, pp. 179-182.
- [83]Neergaard, H., Shaw, E., Carter, S. (2005), « The impact of gender, social capital and networks on business ownership: a research agenda », *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 11, n° 5, pp. 338-357.
- [84]Ahl, H. (2006), « Whyresearch on women entrepreneurs needs new directions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, n° 5, pp. 595-621.
- [85]Pines, A. M., Lerner, M., Schwartz, D. (2010), « Gender differences in entrepreneurship, Equality, diversity and inclusion in times of global crisis », *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, vol. 29, n° 2, pp. 186-198.
- [86] Fayolle A. (2002), « Les déterminants de l'acte entrepreneurial chez les étudiants et les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur français ». *Gestion 2000*, vol 19, n° 4, p. 61.