

Influence de la pandémie de COVID-19 sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en Côte d'Ivoire

Moustapha BAMBA¹, Youssouf BAMBA², Benoit DUGUAY³

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

¹ 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

² Doctorant, Département des Sciences économiques et gestion, Université Félix Houphouët Boigny Abidjan, Abidjan Côte d'Ivoire, email : bambyoussouf@yahoo.fr

³ Professeur titulaire, Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal, Québec, Canada, email : duguay.benoit@gmail.com

Received .. / .. /

Accepted .. / .. /

Résumé- Face au chômage, en particulier chez les jeunes, imputable à un grand nombre de facteurs, incluant une pandémie dans les derniers dix-huit mois, la solution entrepreneuriale semble une option crédible que proposent plusieurs gouvernements et organismes internationaux. Une première 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. Cette seconde étude vise plutôt à mesurer l'effet qu'a eu la pandémie sur le fait de voir l'entrepreneuriat comme une solution intéressante et viable au manque d'emploi.

Mots-clés: Entrepreneuriat, emploi, Jeunes, développement économique, Côte d'Ivoire, Pandémie, COVID-19.

I. INTRODUCTION

L'entrepreneuriat crée des emplois, stimule la croissance économique, favorise l'innovation et améliore les conditions sociales (Bamba, Tuo et Duguay, 2021) ; c'est également un moteur du développement économique et social (Boutillier, 2006 ; Janssen, 2009). Il est souvent mis de l'avant comme facteur d'accroissement du dynamisme et de la prospérité d'une nation. D'ailleurs, la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement [CNUCED] (2015) a placé l'entrepreneuriat au cœur du programme de développement pour l'après-

2015 ; selon nous, l'entrepreneuriat pourrait favoriser le développement économique sur le continent africain.

Cela dit, la pandémie de COVID-19 a bouleversé le monde du travail ; les mesures de confinement mis en place pour freiner la contagion ont eu des effets dévastateurs sur les entreprises du monde entier, en particulier celles de petite et moyenne envergure, qui ne possédaient pas les ressources financières pour traverser la crise. La pandémie a par conséquent exercé un effet fortement négatif sur les économies de tous les pays : « There has been a decrease in economic activity with economists forecasting both recessions and a depression (McKibbin et Fernando, 2020) ». Alors que, dans certains secteurs, des entreprises ont réussi à tirer parti de l'Internet pour maintenir leurs activités, ouvrant la voie à des innovations en matière de consommation et d'emploi, des millions de travailleurs ont perdu leurs moyens de subsistance et beaucoup d'autres restent menacés à cet égard (Nations Unies, 2020), en particulier les jeunes, en quête d'une première

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

expérience en emploi et surreprésentés dans les secteurs les plus exposés à la crise.

Cela étant, nous nous sommes interrogés sur l'effet de la pandémie de la COVID – 19 sur la perception de l'entrepreneuriat par les jeunes. Pour répondre à cette question, nous avons soumis le questionnaire utilisé dans le premier volet de l'étude au tout début de la pandémie à un nouvel échantillon pendant la seconde vague de la pandémie ; notre étude a donc une dimension longitudinale quant à l'intérêt pour l'entrepreneuriat des étudiants en Côte d'Ivoire.

À notre connaissance, peu d'auteurs se sont penchés sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en Côte d'Ivoire, sauf Achi et Bony (2018). Dans leur publication, Achi et Bony identifient les déterminants psychosociologiques de l'intention entrepreneuriale des étudiants ivoiriens. Vu l'absence de recherche sur ce sujet, notre étude longitudinale se démarque à bien des égards, entre autres le contexte pandémique versus le contexte non pandémique, une étude longitudinale plutôt que ponctuelle, la mesure de l'intention entrepreneuriale plutôt que l'étude des déterminants psychologiques de l'intention entrepreneuriale.

Le texte qui suit présente successivement notre cadre conceptuel (section II), notre méthodologie (section III), nos résultats (section IV), une discussion et la conclusion (section V).

II. CADRE CONCEPTUEL

Notre étude s'appuie principalement sur les théories de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982) et du comportement planifié (Ajzen, 1991). Ces deux théories sont abondamment utilisées dans les écrits scientifiques sur l'entrepreneuriat; elles tentent d'expliquer l'intention des acteurs et par conséquent leur comportement (Krueger et al.

2000 ; Tounès, 2006 ; Fayolle et al. 2006 ; Klapper et Léger-Jarniou, 2006). Commençons par l'événement entrepreneurial.

Événement entrepreneurial

Shapero et Sokol (1982) soutiennent que la formation de l'événement entrepreneurial est influencée par les facteurs situationnels et culturels ; les auteurs accordent une place primordiale au système social.

Pour qu'un individu initie un changement d'orientation professionnelle vers la création d'entreprise, un événement important intervient dans la décision. Pour les auteurs, une majorité des créations d'entreprises résulte d'un événement perturbant la trajectoire de vie de la personne qui envisage l'entrepreneuriat. Quels sont ces événements ? Quels facteurs personnels et contextuels prédisposent les individus à décider de créer une entreprise ? Quels sont les effets, directs ou indirects, des facteurs influençant le développement de l'intention entrepreneuriale ? Shapero et Sokol identifient trois groupes de facteurs susceptibles de mener une personne à voir dans l'entrepreneuriat la meilleure trajectoire sur le plan professionnel, dans la perspective d'événements qui ont provoqué des changements importants dans les trajectoires de vie de ces personnes : les déplacements positifs, les situations intermédiaires et les déplacements négatifs.

Les déplacements positifs, soit ceux incitant une personne à vouloir se lancer dans l'entrepreneuriat, sont des circonstances favorables, ou des opportunités, à la création d'entreprises ; ces circonstances induisent l'apparition d'une intention d'entreprendre. Parmi les facteurs qui semblent minimiser le

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

risque entrepreneurial, Shapero et Sokol énumèrent entre autres la présence de partenaires, l'accessibilité à des investisseurs et le support d'un mentor. Passons maintenant aux situations intermédiaires.

Celles-ci n'influencent ni positivement, ni négativement l'idée ou l'intention de se lancer dans l'entrepreneuriat ; elles marquent souvent la fin d'un cycle de vie, la formation dans une école ou une autre carrière, militaire par exemple. À ce titre, la fin d'une peine de prison pourrait elle aussi être considérée comme une situation intermédiaire, puisque la personne ainsi libérée se retrouve souvent devant un vide sur le plan professionnel ; pour certains, ce vide pourra être comblé par la création d'une entreprise. Voyons maintenant en quoi consistent les déplacements négatifs.

Ce dernier groupe de facteurs renvoie à des événements inattendus et contraignants sur le plan professionnel, mais pouvant quand même mener une personne vers l'entrepreneuriat ; pensons par exemple à une perte d'emploi, un divorce, une émigration forcée ou des ennuis financiers. De prime abord, ces situations s'apparentent à des obstacles, mais elles peuvent également être l'aiguillon qui fera prendre conscience à certaines personnes que l'entrepreneuriat pourrait être une solution à ce qu'elles perçoivent être une impasse sur le plan professionnel. Nous pensons que la pandémie de la COVID-19 correspond à un déplacement négatif tel que défini par Shapero et Sokol. Ce facteur pourrait favoriser une création accrue d'entreprises par certaines catégories de personnes. Par exemple, dans cette perspective, ces personnes pourraient choisir de devenir des entrepreneurs après avoir été mises à pied pendant de longs mois (Le Loarne-Lemaire et al., 2012).

En résumé, Shapero et Sokol soutiennent que la manifestation d'une intention entrepreneuriale résulte de la perception de la désirabilité et de la faisabilité de l'acte d'entreprendre dans un contexte particulier, social, politique, culturel ou sanitaire par exemple. La notion de désirabilité renvoie à l'attrait perçu de la création d'une entreprise, considérant l'influence de facteurs tels les croyances, les principes, les peurs, des influences culturelles et sociales ou la présence de dans leur entourage d'entrepreneurs-modèles (Audet, 2004 ; Diamane et Kouba, 2016). Quant à la notion de faisabilité, elle reflète la probabilité estimée de pouvoir mener à bien la création d'une entreprise (Boissin et Emin, 2006) ; elle est entre autres influencée par la présence de soutiens dans l'acquisition des ressources nécessaires à la création d'entreprise (Tounès, 2006; Errays et Tourabi, 2018). Certes, chacun des trois déplacements de Shapero et Sokol crée un contexte qui peut conduire à l'intention de créer une entreprise ; toutefois, cette intention doit se concrétiser et être planifiée, ce qui nous amène à la théorie du comportement planifié.

Comportement planifié

La théorie d'Ajzen (1991) postule que le comportement humain, pour être effectif, doit d'abord être décidé/planifié. Ajzen stipule que le comportement est indirectement influencé par l'attitude envers l'action, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu. En termes simples, l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments ou facteurs qui devront agir simultanément à savoir 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 le projet. Pour Ajzen, les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

véritable motivation et des efforts que l'individu est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon en vue d'aboutir à son objectif. Sur le plan empirique, le modèle d'Ajzen (1991) a été testé dans plusieurs études sur l'acte de création d'entreprise (Kolvereid, 1996 ; Krueger et al., 2000). La nature des variables implique généralement l'utilisation des statistiques tels l'analyse de la variance, le coefficient de corrélation de Pearson et le test d'indépendance de Khi-2.

Établissant un lien entre les modèles théoriques de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982) et du comportement planifié (Ajzen, 1991), Maâlej (2013) soutient que l'intention joue un rôle de médiation entre le comportement, les attitudes, les normes subjectives et les perceptions. Elle dépend des caractéristiques propres à l'individu, de son microenvironnement et son macro-environnement. Plusieurs auteurs (Bird, 1988 ; Katz et Gartner, 1988 ; Krueger, 1993 ; Krueger et Casrood, 1992 ; Krueger et Al, 2000 ; Tounes, 2006) jugent important de tenir compte des intentions dans le processus entrepreneurial. La création d'entreprise est un acte réfléchi émanant d'un processus en plusieurs étapes et impliquant plusieurs facteurs (Permentier, 2015). Il s'agit d'une dynamique d'actions et d'un état d'esprit pouvant être acquis de différentes façons, entre autres par la formation, la sensibilisation aux situations, des mesures d'accompagnement ou encore par le biais de techniques et d'outils spécifiques (Von Graevenitza et al, 2010). Voyons à présent quelle méthodologie nous avons choisie pour appliquer ces éléments théoriques à notre recherche.

III. MÉTHODOLOGIE

Notre étude vise à compléter les travaux existants sur la perception entrepreneuriale, en particulier

les croyances des étudiants envers l'entrepreneuriat.

Nous avons utilisé une méthodologie quantitative, soit un sondage, réalisé en deux phases bien distinctes.

La phase 1 s'est déroulée à l'hiver 2020 (Janvier, Février, Mars). Cette première phase s'est achevée une quinzaine de jours seulement après la découverte du premier cas COVID-19 à Abidjan. Rappelons que le gouvernement de la Côte d'Ivoire a annoncé mercredi 11 mars 2020 le premier cas de coronavirus en Côte d'Ivoire¹ soit environ six mois après l'apparition du premier cas à Wuhan (17 novembre 2019, Chine). La phase 1 compte 441 participants; les données recueillies lors de la première phase ont déjà été publiées dans un premier article [87].

La phase 2 s'est déroulée à l'hiver 2021, soit en pleine pandémie de COVID-19; elle compte 372 participants.

Cet article est fondé sur une analyse longitudinale des données, c'est-à-dire les différences observées entre la phase 1 et la phase 2; ceci nous permet d'évaluer l'influence de la pandémie sur l'intention entrepreneuriale.

Afin d'évaluer l'intention d'entreprendre des étudiants, nous avons repris six éléments utilisés par plusieurs auteurs (Kachev et Kolvereid, 1999 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Barbosa et al, 2010) :

1. Mon but professionnel est de devenir entrepreneur.
2. Je suis résolu à créer une entreprise dans l'avenir.

¹

https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/03/11/premier-cas-de-covid-19-en-cote-d-ivoire_6032649_3212.html

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

3. Je pense très sérieusement à créer une entreprise
4. J'ai l'intention de démarrer une entreprise un jour.
5. J'ai l'intention de créer une entreprise dans les cinq ans qui suivent l'obtention de mon diplôme.
6. Avez-vous déjà considéré sérieusement la possibilité de devenir entrepreneur ?

Les cinq premiers éléments étaient évalués sur une échelle de Likert en sept points pour (1 = pas du tout d'accord, 7 = tout à fait d'accord); la dernière question est dichotomique.

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.

Voici une description plus élaborée des concepts et questions que nous avons utilisés.

Contrairement aux recherches antérieures, nous utilisons un questionnaire 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 es 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 estudiantin. 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.

Pour les deux phases de l'étude, l'échantillon 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

Mis en forme : Français (France)

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

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 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 niveau 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).

Pour l'analyse croisée des données selon la phase de l'étude, nous avons transformé les variables; les échelles de mesure en sept points ont été réduites à trois points (1 = en désaccord, 2 = indécis, 3 = en accord).

Passons maintenant à la présentation des résultats.

IV. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Nous présentons nos résultats dans sept sous sections : 1. Profil des répondants ; 2. Mon but professionnel est de devenir entrepreneur ; 3. Je suis résolu à créer une entreprise dans l'avenir ; 4. Je pense très sérieusement à créer une entreprise ; 5. J'ai l'intention de démarrer une entreprise un jour ; 6. J'ai l'intention de créer une entreprise dans les cinq ans qui suivent l'obtention de mon diplôme ; 7. Avez-vous déjà considéré sérieusement la possibilité de devenir entrepreneur ?

Profil des répondants

Les 817 répondants (441 en phase 1, 372 en phase 2) sont âgés en moyenne de 22 ans. Dans l'échantillon, le pourcentage des répondants de sexe masculin est 56.9 %. Les répondants sont majoritairement des étudiants de premier cycle (85.1 %) issus à parts égales d'universités publiques (50.7 %) et de grandes écoles privées (49.3 %). Les domaines de spécialisation sont l'économie (5,9 %), la gestion (21,2 %) et les autres spécialisations (72.9 %). Les sources de revenus au moment de l'enquête sont : la famille (83.8 %), l'emploi (10 %) et les bourses (6.2 %). Les répondants sont issus de différents groupes ethniques : Gour (Senoufo, Lobi, Koulango...) (19.4 %), Akan (Baoulé, Agny...) (37.4 %), Mandé (Dioula...) (15 %), Krou (Dida, Bété...) (15.3 %) et autres (13.0 %)

Mon but professionnel est de devenir entrepreneur

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Rappelons que la phase 1 s'est déroulée en tout début de la pandémie et la phase 2 en pleine pandémie. Par le biais d'analyses croisées de ces données longitudinales, nous voulons démontrer l'effet de la pandémie sur les différentes intentions. Dans ce premier cas, avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ($p=0,007$), une analyse croisée entre le but professionnel (variable dépendante) et la phase (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre la phase 1 et la phase 2. Dans le tableau I page suivante on peut voir clairement que 82,0% des répondants de la phase 2 et seulement 76,0% de ceux de la phase 1 ont comme but professionnel de devenir entrepreneur. Un pourcentage plus élevé de répondants a pour but professionnel de devenir entrepreneur en pleine pandémie.

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Tableau I : Mon but professionnel est de devenir entrepreneur

Niveau d'accord			Phases étude		Confiance (p)
			Phase 1	Phase 2	
But entrepreneur	En désaccord	(#)	46	42	0,007
		(%)	10,5%	11,3%	
	Indécis	(#)	59	25	
		(%)	13,5%	6,7%	
	En accord	(#)	332	306	
		(%)	76,0%	82,0%	
Total		(#)	437	437	
		(%)	100%	100%	

Tableau II : Je suis résolu à créer une entreprise dans l'avenir

Niveau d'accord			Phases étude		Confiance (p)
			Phase 1	Phase 2	
Créer entreprise	En désaccord	(#)	28	19	0,000
		(%)	6,4%	5,1%	
	Indécis	(#)	43	9	
		(%)	9,9%	2,4%	
	En accord	(#)	365	342	
		(%)	83,7%	92,4%	
Total		(#)	436	370	
		(%)	100%	100%	

Mis en forme : Français (France)

Je suis résolu à créer une entreprise dans l'avenir

Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ($p=0,000$), une analyse croisée entre le fait d'être résolu à créer une entreprise (variable dépendante) et la phase (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre la phase 1 et la phase 2. Dans le tableau II (colonne de droite) on peut voir clairement que 92,4% des répondants de la phase 2 et seulement 83,7% de ceux de la phase 1 sont résolus à créer une entreprise. Un pourcentage plus élevé de répondants est résolu à créer une entreprise dans l'avenir en pleine pandémie.

Je pense très sérieusement à créer une entreprise

Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ($p=0,000$), une analyse croisée entre le fait de penser sérieusement à créer une entreprise (variable dépendante) et la phase (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre la phase 1 et la phase 2. Dans le tableau III page suivante on peut voir clairement que 89,8% des répondants de la phase 2 et seulement 82,4% de ceux de la phase 1 pensent très sérieusement à créer une entreprise. Un pourcentage plus élevé de répondants pense très sérieusement à créer une entreprise en pleine pandémie.

Mis en forme : Français (France)

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Tableau III : Je pense très sérieusement à créer une entreprise

Niveau d'accord			Phases étude		Confiance (p)
			Phase 1	Phase 2	
Pense créer entreprise	En désaccord	(#)	34	21	0,000
		(%)	7,9%	5,6%	
	Indécis	(#)	42	17	
		(%)	9,7%	4,6%	
	En accord	(#)	357	335	
		(%)	82,4%	89,8%	
Total		(#)	433	373	
		(%)	100%	100%	

Tableau IV : J'ai l'intention de démarrer une entreprise un jour

Niveau d'accord			Phases étude		Confiance (p)
			Phase 1	Phase 2	
Intention démarrer entreprise	En désaccord	(#)	30	15	0,000
		(%)	6,9%	4,0%	
	Indécis	(#)	37	6	
		(%)	8,5%	1,6%	
	En accord	(#)	367	351	
		(%)	84,6%	94,4%	
Total		(#)	434	372	
		(%)	100%	100%	

J'ai l'intention de démarrer une entreprise un jour

Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ($p=0,000$), une analyse croisée entre le fait d'avoir l'intention de créer une entreprise (variable dépendante) et la phase (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre la phase 1 et la phase 2. Dans le tableau IV (colonne de droite) on peut voir clairement que 94,4% des répondants de la phase 2 et seulement 84,6% de ceux de la phase 1 ont comme résolution de créer une entreprise. Un pourcentage plus élevé de répondants a l'intention de démarrer une entreprise un jour en pleine pandémie.

J'ai l'intention de créer une entreprise dans les cinq ans qui suivent l'obtention de mon diplôme

Avec un niveau de confiance supérieur à 99 % ($p=0,000$), une analyse croisée entre le fait d'avoir l'intention de créer une entreprise (variable dépendante) et la phase (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre la phase 1 et la phase 2. Dans le tableau V page suivante, on peut voir clairement que 83,5% des répondants de la phase 2 et seulement 67,8% de ceux de la phase 1 ont l'intention de créer une entreprise. Un pourcentage beaucoup plus élevé (+16%) de répondants a l'intention de créer une entreprise dans les cinq ans qui suivent l'obtention du diplôme en pleine pandémie.

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Tableau V : J'ai l'intention de créer une entreprise dans les cinq ans qui suivent l'obtention de mon diplôme

Niveau d'accord			Phases étude		Confiance (p)	
			Phase 1	Phase 2		
Intention créer entreprise dans les 5 ans suivant diplôme	En désaccord	(#)	77	37	0,	
		(%)	17.6	10.0		
	Indécis	(#)	64	24		
		(%)	14.6	6.5		
	En accord	(#)	297	309		
		(%)	67.8	83.5		
	Total		(#)	438		370
			(%)	100%		100%

Avez-vous déjà considéré sérieusement la possibilité de devenir entrepreneur ?

Avec un niveau de confiance supérieur à 95 % ($p=0,000$), une analyse croisée entre le fait d'avoir déjà considéré devenir entrepreneur (variable dépendante) et la phase (variable indépendante) révèle l'existence de différences statistiquement significatives entre la phase 1 et la phase 2. Dans le tableau VI (colonne de droite) on peut voir clairement que 87,1% des répondants de la phase 2 et seulement 81,7% de ceux de la phase 1 ont déjà considéré devenir entrepreneur. Un pourcentage plus élevé de répondants a déjà considéré sérieusement la possibilité de devenir entrepreneur en pleine pandémie.

Tableau VI : Avez-vous déjà considéré sérieusement la possibilité de devenir entrepreneur ?

Niveau d'accord			Phases étude		Confiance (p)
			Phase 1	Phase 2	
A considéré devenir entrepreneur	Oui	(#)	357	317	0,041
		(%)	81,7%	87,1%	
	Non	(#)	80	47	
		(%)	18,3%	12,9%	
Total		(#)	437	364	
		(%)	100%	100%	

V. DISCUSSION ET CONCLUSION

Compte tenu du fait que la phase 2 s'est déroulée en pleine pandémie alors que les mises à pied étaient beaucoup plus fréquentes qu'avant la pandémie, ou au tout début de celle-ci, nous pensons que la pandémie explique au moins en partie l'augmentation du pourcentage de répondants ayant l'entrepreneuriat comme but professionnel. Nous pensons que le pourcentage plus élevé de répondants souhaitant créer leur propre emploi répond à une nécessité de trouver des revenus pour échapper à la pauvreté et assurer la subsistance, des éléments déjà identifiés par Davis et Abdiyeva (2012).

Plusieurs éléments viennent étayer l'hypothèse formulée au paragraphe précédent. Tout d'abord, de nombreux étudiants ou leurs proches exercent des emplois précaires lesquels ont souvent été fragilisés ou interrompus pendant la pandémie provoquant un chômage temporaire ou permanent important dans la population. Dans ces conditions, un pourcentage plus élevé d'étudiants

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

perçoit l'entrepreneuriat comme une voie de sortir du chômage. Krueger (1993) les nomme les entrepreneurs par *nécessité* et Reynolds et al. (2001) *contraints*. Chapero et Sokoh (1982) affirment eux aussi que les événements contraignants, comme la pandémie, ou les déplacements négatifs, comme la perte d'emploi, peuvent mener à la création d'une entreprise.

Par ailleurs, comme déjà mentionné, pendant la pandémie, dans certains secteurs, des entreprises ont réussi à tirer parti d'Internet pour maintenir leurs activités voir augmenter leur productivité. Des étudiants percevraient le contexte pandémique et l'Internet favorables à la création d'entreprise : ce sont les entrepreneurs d'opportunité (Krueger, 1993). Ces entrepreneurs volontaires, en raison de leurs motivations, sont portés généralement vers les projets innovants, à forte croissance (Verheul et al., 2010 ; Block et Sandner, 2009 ; McMullen et al, 2008)

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-CIEA N° 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.
- [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
- [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
- [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
- [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*, n° 8 http://www.fiuc.org/bd/pdf/091_piper_achi_et_bony_revisel.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

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

[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] Shapero, 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.

[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

[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] Filion, 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.

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

[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. *Economies et sociétés*, 46(9), p. L 729-1764.

[61] Giacomini, O., Janssen, F. et 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. <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^e année, n°1, 1970. p. 171. 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), « Why research on women entrepreneurs needs new directions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, n° 5, pp. 595-621.

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Mis en forme : Anglais (Royaume-Uni)

Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

[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.

[87] Bamba M., S. K. Tuo et B. Duguay, 2020, « Perception de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire : Un état préliminaire de la situation chez les étudiants », Revue de l'entrepreneuriat et de l'Innovation (REINNOVA), Vol III No 10.