



# Influence des attitudes associées aux comportements sur l'intention entrepreneuriale des étudiants maliens : Cas de la FSEG<sup>1</sup>/USSGB

**Boubacar Soungalo DEMBÉLÉ** (*Enseignant Chercheur*)

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FSEG)

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB), Université de Bamako, Mali et à l'Ecole Supérieure de Gestion, d'informatique et de Comptabilité (ESGIC), Bamako,

**Kanidiala KEÏTA**, (*Enseignant Chercheur*)

Institut Universitaire de Gestion (IUG) de Bamako,

**Souaïbou Samba Lamine TRAORÉ** (*Enseignant Chercheur*)

Centre Universitaire de Recherches Economiques et Sociales (CURES)/ Mali

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FSEG)

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB) – Bamako – Mali

**Soumaïla FANÉ** (*Enseignant Chercheur*)

Centre Universitaire de Recherches Economiques et Sociales (CURES)/ Mali

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FSEG)/INTEC-SUP

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB) – Bamako – Mali

**Résumé** : L'objectif principal de ce papier était d'examiner l'influence des attitudes associées au comportement sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de la FSEG/USSGB. Dans la présente recherche, nous nous sommes appuyés sur la théorie du modèle de Tounès (2003) qui s'appuie sur le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial de Sokol et Shapero (1982) qui mobilise la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), nous sommes parvenus à nos objectifs. La validation du modèle s'appuie sur nos visites dans ladite Faculté afin d'y interroger les animateurs des formations, à travers une enquête exploratoire de type qualitative auprès de 25 jeunes étudiant(e)s de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Bamako et l'étude empirique (étude quantitative) est conduite auprès de 250 étudiants(e)s de fin de cycle Licence (L3) toutes filières confondues pour l'étude confirmatoire. Les résultats obtenus nous révèlent que les attitudes associées au comportement à un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale avec  $\beta=0,048$  et un t de Student significatif ( $t=8,269$  et p-value  $<0,001$ ).

**Mots-clés** : attitudes ; comportements ; intention entrepreneuriale ; modèle de Tounès.

**Digital Object Identifier (DOI)**: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14975107>

<sup>1</sup> Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FSEG)/Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB)

## 1. Introduction

De nos jours, l'Entrepreneuriat académique connaît un engouement en Europe et l'école africaine ne reste pas en marge de cette évolution de ce domaine.

L'entrepreneuriat est ainsi un concept complexe et peut être abordé de différentes manières. De nombreuses littératures sur l'entrepreneuriat sont presque exclusivement centrées sur les cas européens et américains. C'est seulement récemment que les recherches ont commencé à étudier les caractéristiques de l'entrepreneuriat en Afrique (Boudabbous, 2011 ; Saleh et Levy-Tadjine ; 2018 ; Sanogo, 2019 ; Karambé, 2019 ; Mariko & Gaba, 2022 et Traoré et al., 2024). Ce regain d'intérêt pour l'entrepreneuriat africain est né sur le sillage du renforcement du débat consécutif à la croissance du secteur privé. Promouvoir le secteur privé, et spécialement l'entrepreneuriat est devenu l'objectif clef de la politique du développement en Afrique depuis le lancement au milieu des années 1980 du Programme d'Ajustement Structurel (Sataloff, Johns, et Kost 2016), (PNUD and UNIES 2015). L'entrepreneuriat est désormais essentiellement vu comme une solution à une série de problèmes économiques et aussi comme une force motrice des changements sociaux. Particulièrement en Afrique, l'entrepreneuriat fut perçu comme la solution à la montée du chômage des jeunes. Une définition professionnelle de l'entrepreneuriat perçoit les entrepreneurs comme des personnes qui s'auto-emploient. Cette définition est basée sur la conception selon laquelle une personne est soit sans emploi, auto-employée ou salariée chez une tierce personne. L'entrepreneuriat par nécessité renvoie aux individus qui se sont engagés dans la création et la croissance de nouvelles entreprises et qui perçoivent cette action entrepreneuriale comme la meilleure option disponible pour s'employer, mais qui ne préféreraient pas nécessairement ladite option. Ces individus se sont engagés parce qu'ils n'avaient pas de meilleurs choix. Quant à l'entrepreneuriat par opportunité, il fait référence aux individus qui se sont engagés dans la création et la croissance de nouvelles entreprises afin de poursuivre des opportunités d'affaires pour leurs propres intérêts. Il s'agit d'une participation entrepreneuriale volontaire (Reynolds, Camp, et Bygrave 2002) cité par (Christel Tessier-Dargent, Alain Fayolle, 2016). La création d'entreprise à l'instar du monde salarial devient alors pour les jeunes, un moyen d'affirmer leur envie de réussite et la volonté de se réaliser professionnellement différemment.

Le sujet de l'intention entrepreneuriale connaît un grand intérêt académique et professionnel en France, mais reste encore dans une phase de lancement en Afrique de l'Ouest et particulièrement au Mali, où les enseignements en entrepreneuriat ont émergé dans les universités que depuis le nouveau système Licence Master Doctorat (LMD) (excepté dans certaines écoles supérieures comme l'INJS de Bamako).

La création d'entreprise est le parent pauvre des diplômés du supérieur. Les statistiques indiquent que très peu de diplômés des universités choisissent la voie entrepreneuriale.

Le faible nombre de créateurs-diplômés suggère que le système éducatif malien « rejetait » pendant longtemps l'esprit d'entreprise. La crise du chômage a modifié la pédagogie scientifique sur laquelle était fondé l'enseignement public, et a fortement fragilisé la culture du succès que le monde de l'éducation a bâtie.

Depuis peu, des enseignements spécifiques à l'entrepreneuriat ont fait leur apparition. En effet, nous constatons aujourd'hui que le système éducatif déploie une double perspective : sensibiliser le maximum d'étudiants à l'entrepreneuriat et, à un degré moindre, spécialiser et accompagner ceux qui veulent s'orienter vers des carrières entrepreneuriales. Le postulat de base de notre recherche est que l'entrepreneuriat peut faire l'objet d'enseignement, de programmes ou de formations. L'entrepreneuriat est non seulement une pratique et un champ de recherche, mais aussi un domaine d'enseignement. Il peut avoir des effets sur les attitudes, les normes et les motivations des étudiants quant à leur choix de carrière.

Cet article tente d'examiner l'impact des attitudes comportementales des étudiants de la FSEG/USSGB sur l'intention entrepreneuriale suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat. Nous nous intéressons à comprendre dans quelle mesure des programmes ou des formations en entrepreneuriat, parmi des variables personnelles et contextuelles, agissent sur l'intention entrepreneuriale des étudiants maliens.

La structure de l'article se déroule comme suit : une introduction définissant le contexte et les enjeux de l'étude, suivie d'une revue de littérature approfondie sur l'intention entrepreneuriale. Nous présenterons ensuite l'approche méthodologique adoptée. Les résultats de l'analyse seront examinés et discutés en termes d'implications pratiques et théoriques. En conclusion, nous résumerons les découvertes clés, discuterons des limites de l'étude et suggérerons des directions pour des recherches futures.

## **2. Revue de la littérature**

### **2.1. Théories et modèles de l'intention entrepreneuriale**

#### **2.1.1. Des modèles processuels d'entrepreneuriat**

La notion de processus inscrit les variables psychologiques, culturelles, sociales, politiques et économiques dans une double dimension : dynamique et complexe. Les interactions entre ces variables suppriment l'importance des variables prises isolément. Shapero et Sokol (1982, p. 78) sont les pionniers qui ont analysé la dimension processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils essayent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le reliant à des facteurs situationnels et individuels. Le Moigne (1990) considère l'entrepreneuriat comme un phénomène complexe dont les représentations sont perçues « irréductibles à un modèle fini, aussi compliqué, stochastique, sophistiqué que soit ce modèle, quel que soit sa taille, le nombre de ses composants, l'intensité de leurs interactions... ».

Les modèles que nous présenterons sont des variantes significatives et synthétiques de la littérature intéressée aux modélisations du processus entrepreneurial. L'abondance des recherches affirment l'importance de la prise en compte de la dimension processuelle dans le champ de l'entrepreneuriat. Hisrich (1985) dans son ouvrage sur l'entrepreneuriat considère que l'entrepreneuriat est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaire, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnel. Selon Hisrich (1989), les aspects du processus entrepreneurial se divisent en quatre :

**Figure 1** : Les aspects du processus entrepreneurial Hisrich (1989)

Identifier et évaluer l'opportunité	Mettre au point un plan d'entreprise	Déterminer les ressources nécessaires	Gérer l'entreprise
Origine et durée de l'opportunité Valeur réelle et apparente de l'opportunité Risque et rendement de l'opportunité Confrontation de l'opportunité aux compétences et	Caractéristique et dimension du segment de marché Plan commercial Contrainte de production Plan impératifs financiers Forme d'organisation Positionnement et	Ressources actuelles de l'entrepreneur Insuffisance de ressources et fournitures disponibles. Accès aux ressources nécessaires	Style et structure de management Variables clés de la réussite Identification des problèmes y compris des problèmes Potentiels Instaurer des systèmes de contrôle

Source : Hisrich (1989)

Bruyat (1993, p. 62) dans une marquante tentative de modéliser l'entrepreneuriat souligne que l'entrepreneuriat "fait référence à un changement ou à quelque chose en train de se faire, à un temps créateur. La dialogique sujet/objet s'inscrit dans une dynamique de changement créatrice".

Dans le même sens, l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE, 1998) définit l'entrepreneuriat comme « le processus dynamique qui consiste à identifier les possibilités économiques et à les exploiter par la mise au point, la production et la vente de biens et de services ».

Bruyat (2001) propose une modélisation du processus d'engagement de l'entrepreneur dans la création d'entreprise. Créer une entreprise n'entre pas dans la zone de cohérence de la CSIP (Configuration Stratégique Instantané Perçue) que s'il s'agit d'une action perçue comme désirable et faisable, ce qui suppose, souvent qu'il y ait une CSIP « chaude » (une situation insatisfaisante) et manœuvrant. Le fait que le projet de créer soit dans la zone de cohérence de la CSIP de l'acteur constitue le véritable moteur de l'action. Selon l'auteur, le créateur passera à une phase d'engagement lorsque le processus devient, pour lui, quasi irréversible, le renoncement sera vécu comme un échec.

L'engagement du créateur est réalisé lorsqu'il consacre l'essentiel de son temps et de ses investissements financiers, intellectuels et affectifs à son projet de création.

Deux conditions de l'engagement sont mises en évidence :

- Préférence de l'action ;
- Besoin et désir de changement.

### **La CSIP de l'entrepreneur (Bruyat, 1993) ou 3 E de l'entrepreneur (Paturel, 1998)**

L'auteur schématise ainsi le processus de création d'entreprise sous une forme générique et formé de plusieurs étapes :

Etape 0 : "l'action de créer n'est pas perçue"

Etape 1 : "l'action de créer sa propre entreprise est perçue".

Etape 2 : "l'action de créer est envisagée".

Etape 3 : "l'action est recherchée"

Etape 4 : "l'action est lancée".  
Etape 5 : "l'action est réalisée"  
PR : "l'action est perçue et refusée".

Bygrave et Hofer (1991, p. 14) commentent la mutation de la recherche comportementale vers la recherche processuelle par quelques interrogations clés centrées sur l'entrepreneur et sur le processus entrepreneurial. Pour les auteurs, « le processus entrepreneurial : est initié par un acte humain volontaire, survient au niveau de la firme, implique un changement d'état, implique une discontinuité, est un processus holistique, est un processus dynamique, est unique, implique de nombreuses variables préalables, génère des conséquences qui sont extrêmement sensibles aux conditions initiales de ces variables ». A la lumière de ce qui précède, le processus entrepreneurial en amont fait appel à des variables inhérentes à l'individu, sociologiques, environnementales.

### **2.1.2. Fondements théoriques de l'approche des intentions entrepreneuriales**

Les travaux sur la notion d'intention se sont tout d'abord intéressés à l'élaboration d'une définition. Puis, après avoir accepté l'idée d'une relation avec le comportement, les chercheurs ont tenté de mettre en évidence les conditions nécessaires, pour l'intention, de prédiction du comportement. Pour ce faire, ils identifièrent des facteurs situationnels, des catégories d'intentions, des variables déterminantes. C'est récemment que la recherche s'est préoccupée du processus déterminant la relation intention/comportement. En d'autres termes, c'est maintenant « comment » les intentions peuvent guider le comportement qui fournit matière aux études nouvelles. Les deux principales théories qui ont inspirées les chercheurs pour répondre à cette question sont la théorie de l'évènement entrepreneurial Shapero et Sokol (1982) et la théorie de comportement planifié d'Ajzen (1991). La première, propre au champ de l'entrepreneuriat souligne l'importance de la préférence de l'acte entrepreneurial mesurée par la désirabilité et faisabilité. La deuxième, empruntée du corpus de la psychologie sociale, s'intéresse au contexte de l'évènement entrepreneurial mesuré par les facteurs psychologiques (attitude), facteurs socioculturels (Normes sociales) et facteurs contextuels (contrôle perçu).

## **2.2. Les déterminants du comportement des individus**

### **2.2.1. Les attitudes à l'égard des tâches de l'entrepreneur**

Derrière toute action entrepreneuriale se situent les intentions entrepreneuriales et derrière celles-ci sont les attitudes entrepreneuriales (Krueger, 2007). L'attitude à l'égard des tâches de l'entrepreneur se réfère à la mesure de l'avis favorable ou défavorable du comportement en question (Ajzen, 1991). En général, l'individu forme des croyances sur un objet en l'associant à un attribut et chaque croyance relie le comportement à un certain résultat (Ajzen, 1991). De cette manière, l'individu favorise les comportements dont les conséquences sont souhaitables et forme des attitudes défavorables envers le comportement associé aux conséquences indésirables (Ajzen, 1991). En d'autres mots, si les résultats sont favorables, l'individu aura une forte intention d'agir et si les résultats sont défavorables, l'individu aura une faible intention d'agir (Moriano et al. 2012). Dans le contexte de l'entrepreneuriat, l'intention d'agir consiste en l'intention d'entreprendre.

Les attitudes sont l'expression des croyances profondes de chaque individu (Ajzen, 1991). Elles découlent de ses motivations et de ses valeurs. Les attitudes reflètent non seulement le côté affectif (exemple : j'aime, il est intéressant), mais aussi des considérations d'évaluation (exemple : il a des avantages). L'attitude d'un individu est donc le reflet de ses convictions et opinions sur un comportement donné (Wu et Wu, 2008).

### 2.2.2. Le contrôle comportemental perçu et l'auto-efficacité de Bandura

Le contrôle comportemental perçu peut être défini comme la perception de l'individu de sa capacité à devenir un entrepreneur. Il joue un rôle important dans l'intention et l'action entrepreneuriale. Ainsi, plus la personne se sent capable d'effectuer le comportement, plus elle sera confiante et plus forte sera son intention d'entreprendre. Le contrôle comportemental perçu inclut non seulement les éléments liés sous contrôle de l'individu, mais aussi tout événement qui peut survenir et qui, hors de son contrôle, pourrait agir sur sa capacité à exécuter le comportement. Par exemple, l'individu pourrait penser être capable de démarrer une entreprise, mais ne pas avoir d'argent pour le faire ou avoir une situation de vie qui l'en empêche. Le concept de contrôle comportemental perçu est étroitement lié à la notion d'auto-efficacité (Bandura, 1977). Cette dernière notion correspond au degré de croyance de la personne quant à ses capacités à accomplir certaines tâches. Les deux concepts portent sur la perception de l'individu sur sa capacité à adopter un comportement.

Cependant, Bandura (1977) présente l'auto-efficacité à travers un développement qui est acquis progressivement et qui passe par quatre principales sources d'information : l'expérience de maîtrise (expérience vécue par l'individu), la modélisation (apprentissage par observation), la persuasion sociale et l'état physiologique. Chacune permet de développer et renforcer les croyances d'auto-efficacité des individus. Il reste que le meilleur moyen pour développer son auto-efficacité est la maîtrise par l'expérience (Boyd et Vozikis, 1994). L'expérience acquise est un élément important pour le développement des croyances de l'individu en ses capacités, car les croyances d'efficacité quant à la probabilité de succès ou l'échec peuvent influencer le développement des intentions entrepreneuriales (Boyd et Vozikis, 1994). Autrement dit, les individus qui ont une auto-efficacité élevée risquent de manifester un intérêt pour une carrière entrepreneuriale. Ils sont donc plus susceptibles de poursuivre et persister dans cette carrière, car ils prévoient obtenir de bons résultats à la fin. Inversement, les personnes qui possèdent une faible auto-efficacité pour cette tâche ne sont généralement pas intéressées par la carrière entrepreneuriale et perçoivent donc des résultats négatifs à la fin (Lent, Brown, et Hackett, 2002 ; McGee, Peterson, Mueller, et Sequeira, 2009). Dans ce sens, Zhao, Seibert, et Lumpkin (2010) concluent, lors de leur étude portant sur le rôle médiateur de l'auto-efficacité dans le développement des intentions entrepreneuriales, que les résultats obtenus fournissent la preuve que les individus qui choisissent ou qui ont l'intention de devenir entrepreneur ont la conviction de pouvoir réussir dans ce rôle, c'est-à-dire qu'ils ont une auto-efficacité élevée.

Les chercheurs distinguent deux types d'auto-efficacité : l'auto-efficacité spécifique et l'auto-efficacité générale (Bandura, 1997). Cette dernière se réfère à la perception de la capacité de l'individu à exécuter avec succès une variété de tâches à travers différentes situations (McGee et al. 2009). L'auto-efficacité générale est mesurée à partir d'un ensemble diversifié de rôles et de compétences. C'est une approche plus globale, alors que l'auto-efficacité spécifique est mesurée à partir d'une liste d'activités. D'après Bandura (1997), l'auto-efficacité spécifique est meilleure. Cette liste a été élaborée par les auteurs McGee et al. (2009), qu'ils ont divisée en quatre phases :

La phase recherche (recherche d'opportunité) est la phase durant laquelle l'entrepreneur recherche une idée unique.

La phase de planification est la période durant laquelle l'entrepreneur transforme son idée en un plan d'affaires viable.

La phase de Marshaling est la phase durant laquelle l'entrepreneur rassemble les ressources humaines et financières pour mener à l'existence de l'entreprise.

La phase finale est la mise en œuvre. L'entrepreneur est responsable du maintien et de la croissance de son entreprise. Cette phase implique des compétences de gestion.

### 2.3. Évidences empiriques sur l'intention entrepreneuriale

Plusieurs travaux empiriques se sont intéressés à l'intention entrepreneurial des jeunes étudiants. Dans cette perspective, Tourné (2006) a réalisé une étude sur l'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. Il constate que les étudiants formulant l'intention d'entreprendre ne passent pas de suite à l'acte de création. Le passage à l'acte intervient souvent des mois, voire des années, après la naissance de l'idée. Boudabbous (2011) a mené une étude sur l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés de Tunisie. Les résultats de son étude révèlent l'importance des attitudes associées au comportement dans l'intention entrepreneuriale. Il a trouvé que seule l'influence des intentions des condisciples est significative. Dans le même sens, Maâlej (2013) a effectué une étude sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés de Tunisie. Il ressort de son travail que l'intention s'accroît, significativement, avec l'influence des condisciples de l'entrepreneur potentiel, ce qui confirme le rôle important de la formation entrepreneuriale dans les universités, d'autant qu'aujourd'hui, et devant l'augmentation du chômage des diplômés, les institutions universitaires sont interpellées de former et sensibiliser les étudiants à travers différents processus pédagogiques, à la création de leurs propres entreprises. Taouab (2014) a mené une étude sur « l'essai empirique sur les déterminants de l'acte entrepreneurial dans le secteur textile marocain ». Après, l'utilisation du modèle de régression logistique binaire. Il ressort de son étude que : (1) pour développer les initiatives d'entreprendre chez les futurs entrepreneurs, les décideurs peuvent s'imprégner de la théorie du comportement planifié afin de mieux comprendre les motivations, les croyances et les intentions des jeunes ; (2) pour faire évoluer l'esprit d'entreprendre auprès des étudiants, des initiatives de sensibilisation positives vis-à-vis de l'entrepreneuriat peuvent être engagées notamment dans les écoles de commerce, d'ingénierie et, voire même, dans l'université ; (3) pour donner une impulsion plus forte à l'esprit d'entreprise il appartient, aux différents acteurs, de ne pas sous-estimer l'importance de la dimension socio-culturelle dans la communication sur l'entrepreneuriat. Saleh et Levy-Tadjine (2018) ont mené une recherche sur « les modèles behavioristes offrent-ils une explication universelle et efficace de l'intention entrepreneuriale ? ». Les auteurs ont utilisé le modèle de régression linéaire simple avec un échantillon de 100 étudiantes libanaises en filière scientifique. Ils sont parvenus que la sensibilisation et l'enseignement de l'entrepreneuriat a un impact sur les intentions entrepreneuriales et permet de renforcer l'idée. Zakaria et Habib (2018), en s'intéressant à l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algériens, constatent que la réticence et l'appréhension des étudiants à orienter vers la création d'entreprise s'expliquent par un certain nombre de facteurs tels que : (1) le faible impact des formations dispensées au sein de leur université sur l'intention entrepreneuriale et la faible motivation des étudiants à aller vers le monde de l'entreprise. Car, les futurs diplômés sont plus préoccupés par la recherche d'un emploi stable soit dans l'administration, soit dans les entreprises. (2) le manque des stages et des sorties en entreprise et la faible coopération entre le monde universitaire et le monde économique. Harouna (2020) a mené une étude sur « les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Dosso au Niger ». Il s'est inspiré du modèle de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et a utilisé le modèle de régression linéaire multiple avec un échantillon de 312 étudiants de l'Université de Dosso. Il précise que l'intention entrepreneuriale est déterminée simultanément par les attitudes associées aux comportements, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu des étudiants.

Pour le cas spécifique du Mali, Sanogo (2019) a effectué une recherche de l'auto emploi des étudiants de l'Université de Ségou à travers « l'impact de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Ségou, Mali ». Il a utilisé une approche quantitative avec un échantillonnage de 345 étudiants dans deux (2) facultés (Faculté d'Agronomie et de Médecine Animale ; Faculté des Sciences Sociales) et un (1) institut (Institut Universitaire de Formation Professionnelle). A la fin de cette analyse, il est ressorti des synthèses que : (1) la plupart des étudiants

ont une intention entrepreneuriale, cependant, ils veulent tous travailler pour l'Etat ou pour une structure privée ; (2) l'intention de créer une entreprise est exprimée par aux moins 300 étudiants dont la majorité envisage de lancer un projet après l'obtention du diplôme. Dans le même ordre d'idée, une autre étude réalisée sur le « parcours professionnel des jeunes au Mali vers l'auto-entrepreneuriat » dans les zones de Bamako (commune VI), Bandiagara et San par Karambé (2019) a permis de montrer qu'obtenir un emploi salarié dans la fonction publique de l'État ou dans une ONG est une espérance partagée par les lycéens et les jeunes diplômés sans emploi. L'auto-entrepreneuriat commence à faire bouger les lignes et les mentalités ; il devient de plus en plus une alternative aux modèles de réussite par le salariat. Dans le même sens, Mariko et Gaba (2022), ont effectué une recherche sur le thème : « Facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires au Mali ». Leur recherche a été effectuée auprès d'un échantillon de 148 étudiants de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Bamako (Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako) avec l'utilisation d'un modèle de régression linéaire multiple. Il ressort de leur recherche que les attitudes associées aux comportements agissent positivement et significativement sur la décision d'entreprendre. Plus récemment, Traoré et al. (2024), ont examiné les déterminants de l'intention entrepreneuriale parmi les étudiants de la Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de l'Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (FSEG/USSGB). Les résultats obtenus par les auteurs, mettent en exergue le rôle crucial des programmes d'éducation à l'entrepreneuriat, influençant positivement l'orientation des intentions entrepreneuriales des étudiants. Selon les auteurs, des variations significatives entre les intentions entrepreneuriales des hommes et des femmes, ainsi qu'en fonction du milieu de résidence, sont observées, suggérant la nécessité d'approches différenciées pour stimuler l'entrepreneuriat. Par ailleurs, les travaux de Sissoko, & al. (2024) mettent en lumière les défis spécifiques auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures au Mali, notamment en termes d'accès au financement et de gestion des responsabilités familiales. Ces recherches soulignent l'importance d'adopter des mesures de soutien ciblées pour encourager l'entrepreneuriat féminin, une démarche essentielle pour accroître l'intention entrepreneuriale chez les étudiantes de la FSEG/USSGB.

### 3. Méthodologie de la recherche

Pour notre recherche, nous avons opté pour une stratégie de recherche dite de complémentarité basée sur la triangulation entre les méthodes qualitatives et celles quantitatives (Baumard et Albert, 2014). Nous avons réalisé une enquête exploratoire de type qualitative auprès de 25 jeunes étudiant(e)s de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Bamako et l'étude empirique (étude quantitative) est conduite auprès de 250 étudiants(e)s de fin de cycle Licence(L3) toutes filières confondues. Ainsi, l'approche méthodologique adoptée dans la présente recherche est mixte (quali-quant).

Nous avons procédé à un codage des différents interviewés pour une exploitation anonyme des extraits significatifs.

**Tableau 1 : Codage des interviewés**

Catégorie	Code	Identification	Nombres	Nombres d'interviews
Professeurs	PR	PR1 ; PR2 ;	2	2
Autorités Universitaires	AU	AU1 ; AU2 ; AU3	3	3
Etudiant(e)s EID	EEID	EEID1 ; EEID2 ; EEID3 ; EEID4	4	4
Etudiant(e)s SFC	ESFC	ESFC1 ; ESFC2 ; ESFC3 ; ESFC4	4	4
Etudiant(e)s EEDD	EEEDD	CDQ1 ; CDG2 ; CDG3 ; CDG4 ;	4	4
Etudiant(e)s ABF	EABF	EABF1 ; EABF2 ; EABF3 ; EABF4	4	4



Etudian(e)s	EGPME	EEGPME1 ; EEGPME2 ;EEGPME3 ; EEGPME4	4	4
		Total	25	25

Source : Auteurs

L'échantillon aléatoire simple a été choisi selon la technique probabiliste. Cette technique implique un véritable tirage au hasard ; elle donne à chaque élément de la population une chance connue et non nulle d'être choisi. Ce type d'échantillon accorde à chaque individu non seulement une chance connue et non nulle d'être choisi, mais aussi une chance égale.

Après ces considérations, nous avons distribué près de 300 questionnaires dont 250 sont exploitables. La ventilation de notre échantillon se présente comme suit :

- 250 étudiants en 3e année licence (toutes spécialités confondues) ;
- Le questionnaire a été testé auprès de 20 étudiants de la Faculté afin de vérifier sa validité et apporter éventuellement des modifications.

Le traitement statistique du questionnaire a été réalisé grâce à un logiciel nécessitant le codage sur SPSS à l'aide des outils statistiques suivants :

- L'analyse en Composantes principales : pour déterminer les items les plus fiables et éliminer les items ayant une extraction inférieure à 0.3015.
- Le coefficient alpha de Cronbach : pour vérifier la fiabilité et la validité du questionnaire.
- La régression simple : les tests de vérification des hypothèses font appel à des méthodes explicatives, dont la régression simple. En se basant sur l'ajustement linéaire, cette méthode permet de vérifier des relations de cause (variable explicative) à effet (variable expliquée) entre deux variables métriques dont on a proposé un sens dans les hypothèses de recherche (Evrard et al., 2000).

L'interprétation du test de régression simple se fait à trois niveaux :

- L'intensité de la relation entre les deux variables qui est calculée grâce au coefficient de corrélation R.
- La significativité de la liaison et la qualité de l'ajustement du modèle qui s'apprécie à travers la sig.
- Le test F de Fisher. Ce test d'hypothèses statistiques permet de tester l'égalité de deux variances en faisant le rapport entre elles, et en vérifiant que ce rapport ne dépasse pas une certaine valeur théorique que l'on cherche dans la table de Fisher. Lorsque F est plus grand que la valeur théorique, on rejette l'hypothèse d'égalité des deux variances.

**Tableau 2 : Caractéristique de l'échantillon**

Statuts	Effectif	n/N	Echantillon
ABF	930	0,299903257	57,58142535
EEDD	489	0,157691067	30,27668494
EID	204	0,065785231	12,63076427
EGPME	513	0,165430506	31,76265721
SCF	965	0,311189939	59,74846824
Total	3101		192

Sources : Auteurs

- $N_0$  : Taille d'échantillon pour l'obtention de résultats significatifs pour un événement et un niveau de risque fixé ;
- $t$  : Niveau de confiance (la valeur type du niveau de confiance de 95 % sera 1,96) ;
- $p$  : proportion estimée de la population susceptible de répondre favorablement ( $p$ ) reste le même que celui des non répondants ( $q$ ) c'est-à-dire que  $p=60\%$  et  $q=40\%$  ;
- $m$  : Marge d'erreur (généralement fixée à 5 %).

## 4. Résultats et discussions

### 4.1. Analyses et interprétations des résultats

Cette rubrique présente les résultats obtenus sur le terrain.

Les données sociodémographiques sont présentées dans le tableau suivant :

**Tableau 3** : Fréquence des données sur le sexe des répondants

Item	Fréquences	
	HOMME	FEMME
Le sexe du répondant	74,8	25,2

Source : Auteurs

Au regard du tableau 3, nous constatons que 74,8% de nos répondants sont des hommes et 25,2% sont des femmes. Ce qui montre que les hommes sont plus représentatifs que les femmes.

#### 4.1.1. Analyse des fréquences des items sur les attitudes associées au comportement

Cette rubrique présente l'analyse des fréquences des items sur les attitudes associées au comportement.

**Tableau 4** : Fréquence des données sur les attitudes associées au comportement

Items	Fréquences				
	1	2	3	4	5
<b>Une ou des idées de projet plus ou moins formalisé</b>	8,0	3,2	14,0	30,8	44,0
<b>Une intention de créer une entreprise avant de suivre les cours d'initiation en entrepreneuriat</b>	16,8	9,6	22,4	23,6	27,6
<b>Le délai qui sépare le cours de l'entrepreneuriat et votre intention de créer l'entreprise</b>	55,2	40,0	3,2	1,6	
<b>Des recherches d'information sur le domaine auquel vous souhaitez entreprendre</b>	6,8	8,4	5,6	32,0	47,2
<b>Les informations sur les moyens de financement du projet</b>	27,6	8,0	2,0	14,0	48,4
<b>Les informations sur la procédure de création d'entreprise</b>	16,4	11,6	5,2	29,6	37,2
<b>Les informations sur les structures de financement</b>	58,0	20,4	13,2	5,2	3,2

Source : Données d'enquêtes SPPSS26

Au tableau 4, il ressort que 11,2 % de nos répondants sont moins favorables à une ou des idées de projets plus ou moins formalisé par rapport à 74,8% qui ont des bonnes idées de projets plus ou moins formalisé et 14,0% de nos répondants hésitent.

La majorité des répondants soit 51,2% ont eu des intentions de créer à la FSEG même si d'autres avaient déjà des idées avant la faculté et 22,4% hésitent encore, par contre 26,4% de nos répondants n'avaient aucune l'intention de création d'une quelconque entreprise avant de suivre les cours d'initiation à l'entrepreneuriat.

79,2% de nos répondants affirment qu'ils font des recherches dans leurs domaines spécifiques auxquels ils souhaitent créer leurs entreprises contre 15,2% qui ne font pas de recherches d'information.

Aussi 62,4% de nos répondants affirment tous qu'ils font des recherches d'information sur les moyens de financement de leurs projets spécifiques auxquels ils souhaitent créer leurs entreprises contre 35,5% qui ne font pas de recherches d'information sur les moyens de financement et 2,0% sont partagés entre le moyen de financement propre et la recherche d'information.

La majorité de nos répondants soit 66,8% affirment faire des recherches d'informations sur les procédures de création d'une entreprise par rapport à 26,4% qui ne font pas de recherches d'information et 5,2% qui hésitent entre chercher l'information ou ne pas chercher.

78,4% de nos répondants ne font pas de recherche d'information sur les structures de financement contre seulement 8,4% qui sont favorables à la recherche d'information et 13,2% qui sont partagés. Il existe un lien de causalité entre les institutions et organismes de soutien et les attitudes et croyances des jeunes étudiant(e)s maliens envers l'entrepreneuriat surtout pour des raisons de recherches de financement.

Nous constatons qu'il existe un lien de causalité entre les facteurs environnementaux et les attitudes et croyances des jeunes étudiants envers l'entrepreneuriat.

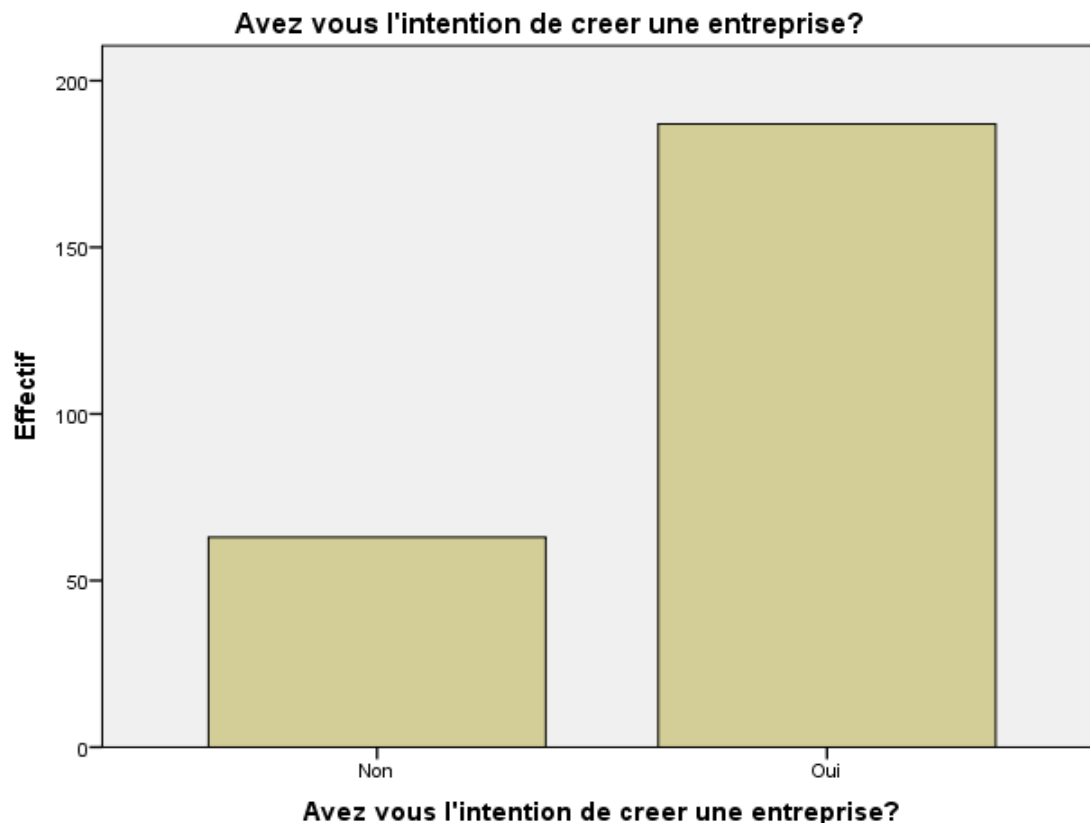
**Tableau 5** : Fréquence des données sur l'intention de créer une entreprise

Item	Fréquences	
	1	2
<b>Intention de créer une entreprise</b>	25,2	74,8

Source : Données d'enquêtes SPPSS26

On constate à travers ce tableau ci-dessus que 74,8% de nos répondants affirment avoir l'intention de créer une entreprise par rapport à 25,2% qui n'ont aucune intention de créer leur propre entreprise. Nous appuyons à travers ce diagramme ci-dessous.

**Figure 2** : Avis des enquêtés par rapport à l'intention de créer une entreprise



Source : Données d'enquêtes SPPSS26

**Tableau 6** : Fréquence des données pour avoir suivi des cours de l'entrepreneuriat

Item	Fréquences	
	1	2
<b>Suivi des cours de l'entrepreneuriat à l'université</b>	49,6	50,4

Source : Données d'enquêtes SPPSS26

Ce tableau nous montre que 49,6% des répondants n'ont pas suivi un cours particulier en entrepreneuriat contrairement au 50,4% qui a bien suivi des cours supplémentaires en entrepreneuriat pendant leur cycle universitaire à la FSEG (confère tableau 6).

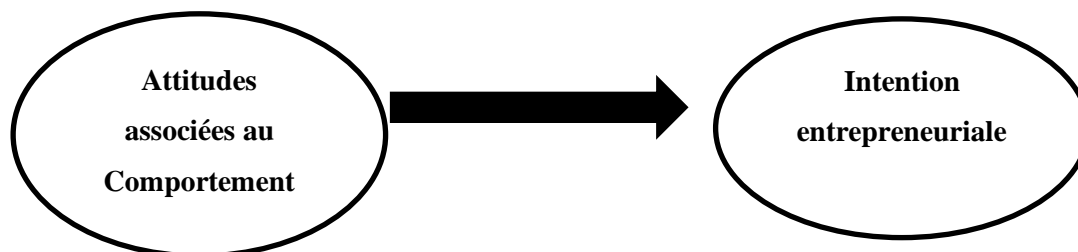
#### 4.1.2. Régression entre les attitudes associées au comportement et l'intention entrepreneuriale

Les items de la dimension attitudes associée au comportement sont les suivants : l'idée de projet, l'intention de créer une entreprise avant de suivre un cours d'initiation, le suivi des cours d'entrepreneuriat, le délai qui sépare le cours d'entrepreneuriat et l'intention de création, la recherche d'informations sur le domaine, l'information sur les moyens de financement, et l'information sur la procédure de création et la collecte des informations sur les structures de financement.

L'hypothèse cette partie est la suivante : « **les attitudes associées au comportement ont un effet sur l'intention entrepreneuriale** ».

La figure ci-dessous permet de montrer un schéma qui teste donc l'équation de la droite de régression :

$$Y1_{\text{Intention\_entrepreneuriale}} = a1 X_{\text{Attitudes}} + b1 + \varepsilon_1 \quad (\text{équation 1})$$

**Figure 3** : Modèle de régression linéaire entre les attitudes et l'intention entrepreneuriale

Source : Auteur

Le tableau ci-dessous indique un coefficient de corrélation R de 0,465 ce qui signifie que les deux variables sont significativement en relation mais faible. Le coefficient de détermination R<sup>2</sup> permet de mesurer la prédiction de la régression linéaire. La valeur de R<sup>2</sup> est de 0,216 et contribue pour 21,6% à l'explication de la variabilité de la régression. On peut donc dire que le pouvoir de prédiction des attitudes sur l'intention entrepreneuriale est faible.

**Tableau 7** : Résultat de la regression

Récapitulatif des modèles <sup>b</sup>					
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Durbin-Watson
1	,465 <sup>a</sup>	,216	,213	,38594	1,897

a. Valeurs prédites : (constantes), Attitudes

b. Variable dépendante : Intention\_entrepreneuriale

Source : Traitement de nos données sous SPSS

L'analyse des paramètres du modèle permet de vérifier la qualité de la régression à travers le coefficient Béta ( $\beta$ ). Le tableau 8 montre que les attitudes associées au comportement à un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale avec  $\beta=0,048$  et un t de Student significatif ( $t=8,269$  et p-value  $<0,001$ ).

**Tableau 8** : Paramètres du modèle de régression entre les attitudes et l'intention entrepreneuriale

Modèle	Coefficients <sup>a</sup>				
	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,636	,137		4,656	,000
Attitudes	,048	,006	,465	8,269	,000

Source : Traitement de nos données sous SPSS

La valeur de test de Durbin Watson est de 1,897 (tableau 9) qui se situe dans l'intervalle de sécurité. On peut dire que les résidus ne sont pas corrélés et que le modèle de régression est valide. L'hypothèse selon laquelle les attitudes associées au comportement à un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale.

**Tableau 9** : Statistiques des résidus

	Statistiques des résidus				
	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type	N
Prévision	1,1147	2,2152	1,7480	,20224	250
Résidu	-1,07163	,69390	,00000	,38516	250
Erreur Prévision	-3,131	2,310	,000	1,000	250
Erreur Résidu	-2,777	1,798	,000	,998	250

Source : Traitement de nos données sous SPSS

#### 4.2. Discussions des résultats

Dans la discussion qui suit, nous confronterons ces résultats aux théories pertinentes, aux études empiriques antérieures et au contexte malien spécifique de notre recherche.

Les différentes analyses ont montré que les items de l'attitude associée aux comportements sont bien corrélés et remplissent les conditions minimales de fiabilité et de cohérence exigées  $\alpha = 0.701$  et moyenne de la variance des deux facteurs (61.68%). L'analyse des fréquences a montré que 74.8% des répondants affirment avoir des bonnes idées de projet plus ou moins formalisés. Cette situation est confirmée par le code ABF1 « avant d'arriver à l'université j'avais déjà plusieurs idées et j'avais commencé à collecter les informations ». Cette affirmation est également confirmée par le code EGPME2 selon lui « j'avais une idée de projet après le Bac avant de commencer la FSEG » et aussi par les codes EEID « j'avais plusieurs idées de projet avant de venir ici à l'université et je voulais même commencer la recherche des informations et des conseils » ; par contre les codes ESFC et EEEDD de façon respective estiment n'avoir jamais eu une ou des idées de projet : « j'ai jamais pensé même à une idée de projet à plus forte raison de le formaliser », « je n'ai jamais une idée de projet avant de commencer les études universitaires ».

Nos résultats sont conformes aux théories du comportement planifié (Ajzen, 1991) et de l'évènement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982), suggérant que les étudiants perçoivent un contrôle comportemental perçu plus élevé et des attitudes positives envers l'entrepreneuriat. En outre, les résultats obtenus corroborent aux travaux de (Saleh et Levy-Tadjine, 2018 ; Sanogo, 2019 ; Harouna, 2020 ; Mariko et Gaba, 2022) qui ont souligné que les attitudes associées aux comportements agissent positivement et significativement sur la décision d'entreprendre. De même, Traoré et al. (2024), soulignent le rôle crucial des programmes d'éducation à l'entrepreneuriat, influençant positivement l'orientation des intentions entrepreneuriales des étudiants.

## 5. Conclusion

L'objectif principal de ce papier était d'examiner l'influence des attitudes associées au comportement sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de la FSEG/USSGB.

Nous avons réalisé une enquête exploratoire de type qualitative auprès de 25 jeunes étudiant(e)s de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Bamako et l'étude empirique (étude quantitative) est conduite auprès de 250 étudiants(e)s de fin de cycle Licence(L3) toutes filières confondues. Ainsi, l'approche méthodologique adoptée dans la présente recherche est mixte (quali-quanti).

D'après nos investigations menées sur le terrain, la majorité des répondants affirment l'existence d'une corrélation prédictive positive entre les attitudes associées aux comportements et l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de la FSEG de Bamako » au Mali.

Ce travail, comme toute recherche scientifique, présente quelques limites :

- le choix de l'échantillon à savoir les étudiants en fin de cursus universitaire (Licence 3) pourrait être limitatif ;
- des étudiants en Licence1 peuvent avoir une intention entrepreneuriale voire créer leurs propres entreprises pendant leurs études ;
- Enfin, le fait de limiter l'échantillon à la Faculté des Sciences Économiques et de Gestion (FSEG) de Bamako peut également affecter la fiabilité de nos résultats.

Il serait intéressant d'étendre cette recherche, en menant une étude longitudinale sur le lien intention-acte de création, afin de vérifier la stabilité temporelle de l'intention. En fait, le prolongement principal de cette recherche repose sur l'étude du passage à l'acte et au-delà, de l'engagement des jeunes dans une création.

## REFERENCES

- [1] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- [2] Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2) , 191.
- [3] Boudabbous, S. (2011). L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *Revue libanaise de gestion et d'économie*, 4(6), 1-20.
- [4] Bruyat. C (1993), « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse en sciences de gestion, Université Pierre Mendès-France, Grenoble.
- [5] Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European industrial training*, 30(9), 701-720.
- [6] Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N., & Lyon, E. M. (2006). Mesure de l'effet à court et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des participants: importance des conditions initiales. 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 25-27.
- [7] Karambé, Y. (2019). Le Parcours Professionnel des Jeunes au Mali vers l'Auto-entrepreneuriat. *Cadernos de Estudos Africanos*, (37), 89-112.
- [8] Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 655-674.

- [9] Lent, R. W., Brown, S. D., et Hackett, G. (2002). Social cognitive career theory (Vol. 4).
- [10] Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International entrepreneurship and management journal*, 11, 907-933.
- [11] Maâlej, A. (2013). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *La Revue Gestion et Organisation*, 5(1), 33-39.
- [12] Mariko, O., & Gaba, M. (2022). Theme: Explanatory factors of the entrepreneurial intention of university students in Mali. *The Journal of Entrepreneurial Finance (JEF)*, 24(3), 1-16.
- [13] McClelland, D. C. (1961). *Achieving society* (Vol. 92051). Simon and Schuster.
- [14] McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L. , et Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(4), 965-988.
- [15] Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M. , Stephan, U., et Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185.
- [16] Nabi, G., & Liñán, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. *Education+ train-ing*, 53(5), 325-334.
- [17] Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A sys-tematic review and research agenda. *Academy of management learning & education*, 16(2), 277-299.
- [18] Saleh, L., & Lévy-Tadjine, T. (2023). Les enseignant-chercheurs libanais en ubiquité professionnelle: des opportunistes ou des stratèges?. *Management & Avenir*, (1), 41-55.
- [19] Sanogo, B. L'impact de L'enseignement de L'entrepreneuriat Sur L'intention Entrepreneuriale des Étudiants de L'université De Ségou, Mali.
- [20] Shapero, A & Sokol .L (1982), « The Social Dimensions of Entrepreneurship », *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, New York, pp. 72-90.
- [21] Sissoko, E. F., Konaré, A. N. T., & Mariko, O. (2024). Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali: Barrières socio-économiques et stratégies de survie. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 5(3), 37-59.
- [22] Taouab, O. (2014). Essai empirique sur les déterminants de l'acte entrepreneurial dans le secteur textile marocain. *European Scientific Jour-nal*, 10(7).
- [23] Tounés, A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La Revue des Sciences de Gestion*, 3(219), 57-65.
- [24] Tourné, S. (2006). Le wiki: artefact d'une auto évaluation collective. Document téléaccessible à l'adresse< <http://isd.m.univ-tln.fr>.
- [25] Wu, S., et Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Businessand Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- [26] Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International small business journal*, 32(5), 479-500.
- [27] Zhao, H., Seibert, S. E., et Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A metaanalytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.