



Les déterminants de l'intention et le comportement entrepreneurial chez les étudiants de l'université de Labé en Guinée

Determinants of entrepreneurial intention and behavior among students at the University of Labé in Guinea

Siaka FAROKO, Enseignant- chercheur Université de Labé, Faculté des Sciences Administratives et de Gestion (FSAG) République de Guinée

Mamadou Mouctar Aissatou BAH, Enseignant- chercheur Université de Labé Faculté des Sciences Administrative et de Gestion (FSAG) République de Guinée

SIMPARA Mohamed Sékou Université Julius Nyerere de Kankan, République de Guinée
Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FSEG)

Oumar DIABY, Enseignant- chercheur Université de Labé Faculté des Sciences Administrative et de Gestion (FSAG) République de Guinée

Résumé

Cet article analyse les facteurs déterminants l'intention entrepreneuriale des étudiants chez les étudiants de l'universités de Labé. Pour atteinte cet objectif nous avons opté pour une méthode quantitative. L'échantillon a été sélectionné par la méthode non probabiliste et la technique par commodité et par convenance ont été utilisés. L'échantillon est composé de 318 étudiants issus des départements de des facultés de Sciences Techniques et celle de Science Administrative et de Gestion. Les données quantitatives ont subi une analyse uni-variée et multi-variée. Les analyses descriptives ont validé la qualité et la fiabilité de nos instruments de mesure et ont montré que moins d'étudiants ont des projets formalisés et un délai de passage à l'acte est supérieur à un an. Plusieurs étudiants affirmer chercher des informations sue le domaine et les clients et sont prêt a prendre les risques financiers la plupart sont animés par les motivation personnel et subissement moins de pression sur leur chois professionnel. Les résultats de l'analyse inférentielle ont montré que les attitudes comportementales, les normes subjectives, le contexte universitaire et le contexte pays influencent significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'universités de Labé. Les résultats suggèrent aux décideurs politiques et les éducateurs qui cherchent à promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes étudiants de considérer les normes subjectives et les attitudes comportementales dans les programmes de formation et la sensibilisation à l'entrepreneuriat. Cela permettra aux étudiants

de passer rapidement l'acte en modifiant la perception et les attitudes de leur entourage (amis, parents) à l'égard de leur choix professionnel. Les autorités universitaires doivent reformer les programmes d'étude afin de permettre l'enseignement des cours de l'entrepreneuriat dans tous les cursus. en passant par la dynamisation des structures d'accompagnement (Pole vie) siégé au sein de l'université de Labé.

Mots clés : Intention entrepreneuriale, Université, attitudes, Normes

Abstract

This article analyzes the factors that determine the entrepreneurial intention of students at the University of Labé. To achieve this objective, we opted for a quantitative method. The sample was selected using the non-probabilistic method, and the convenience and convenience techniques were used. The sample was made up of 318 students from the Technical Science and Administrative Science and Management faculties. Quantitative data underwent uni-variate and multi-variate analysis. Descriptive analyses validated the quality and reliability of our measuring instruments, and showed that fewer students had formalized projects, and that the time taken to act on them was over a year. Many students affirm that they seek information about the field and customers, and are prepared to take financial risks. Most are driven by personal motivation, and experience less pressure on their career choices. The results of the inferential analysis showed that behavioral attitudes, subjective norms, university context and country context significantly influence entrepreneurial intention among students at the University of Labé. The results suggest that policy-makers and educators seeking to promote entrepreneurship among young students should consider subjective norms and behavioral attitudes in entrepreneurship training and awareness programs. This will enable students to move quickly into action by changing the perception and attitudes of those around them (friends, parents) towards their career choice. University authorities need to reform curricula to enable entrepreneurship courses to be taught in all syllabuses, by revitalizing the support structures (Pole vie) based at the University of Labé.

Key words: Entrepreneurial intent, University, attitudes, Norms

Digital Object Identifier(DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.16275035>

1. Introduction

Dans le cadre de la modernisation de l'enseignement supérieur et de la promotion de l'innovation au sein des établissements publics à caractère scientifique (EPS), le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche Scientifique et de l'Innovation (MESRSI) a initié des réformes ambitieuses. Ces réformes visent à remédier à l'inadéquation entre les formations académiques et les exigences du marché du travail, en particulier dans les domaines de l'auto-emploi et de l'entrepreneuriat. De ce fait, l'emploi des jeunes est considéré comme l'épicentre du développement économique et social (OIT, 2022). Plusieurs auteurs (Campy,2024 ; Dimé,2015 ; Yuan et al2020 ; et Yousuf,2019) recommandent l'entrepreneuriat comme une des principales sources de création d'emploi et de réduction de la pauvreté dans les pays en développement. L'entrepreneuriat est depuis plusieurs décennies considéré comme une réponse à une série de problèmes économiques et sociaux.

Le PNUD-Guinée, (2018), indique que moins de 1% des jeunes accède à des formations de qualité. Cette situation alarmante est l'une des principale causes de la crise de l'emploi et de la croissance du chômage. Ainsi, les jeunes diplômés et les femmes guinéennes en réaction aux contraintes qui pèsent sur eux tels que la problématique d'emploi et situation de précarité sont amenés vers l'entrepreneuriat. Entreprendre pour s'en sortir devient un passage obligatoire

(Servierre, 2010). 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 dans les pays développés, mais reste encore dans une phase de lancement en Afrique de l'Ouest et particulièrement en Guinée, où les enseignements en entrepreneuriat ont émergé dans les universités depuis le nouveau système (LMD).

Pour Krueger et al. (1993), il faut d'abord comprendre leur intention qui constitue le meilleur prédicateur de l'acte entrepreneurial. En admettant que l'étudiant est avant tout le reflet d'une réalité sociale, économique et dire que l'intention entrepreneuriale découle d'un état d'esprit que l'on peut acquérir par la formation, la sensibilisation aux situations et les mesures d'accompagnement Harouna, (2020). Quant à A. Elkahlaoui, (2020), l'éducation à l'entrepreneuriat et à l'esprit d'entreprendre est considérée depuis plusieurs décennies comme l'outil privilégié pour opérer le changement souhaité en dépit des critiques portés à son égard. La création d'entreprise n'est autre qu'un acte qui naît au sein d'un processus en construction. En amont de ce processus, de multiples recherches ont tenté d'expliquer les causes qui amènent les individus à devenir entrepreneurs. Décrire et expliquer l'intention entrepreneuriale sont nécessaires pour comprendre l'acte d'entreprendre. Cette intention est le médiateur entre le comportement, les attitudes, les normes subjectives et les perceptions.

Après la mise en vigueur de la loi sur l'organisation de l'enseignement supérieur en Guinée, les universités sont dotées des structures d'accompagnement en occurrence le Pôle de Valorisation des innovations entrepreneuriales (Pôle VIE) pour promouvoir l'entrepreneuriat auprès des étudiants. En effet, un Statut d'Etudiant-Entrepreneur '(SEE) à été créé. L'objectif de ce Pôle est de permettre aux étudiants d'associer leur projet entrepreneurial dans leur parcours universitaire. En république de Guinée et particulièrement à l'université de Labé, où l'insertion professionnelle des diplômés reste un défi majeur, l'entrepreneuriat semble y représenter une alternative inéluctable au chômage. Les étudiants universitaires disposent d'un capital intellectuel et de compétences potentielles qui peuvent être mobilisées pour créer de nouvelles entreprises. Toutes fois, la volonté ou la motivation de se lancer dans une activité entrepreneuriale. L'université de Labé, étant l'une des institutions d'enseignement supérieur les plus importantes de la république de Guinée, a pour rôle de former des futurs leaders et entrepreneurs capables de contribuer au développement économique du pays. Chercher à comprendre les déterminants de l'intention du comportement chez les étudiants est fondamental pour élaborer des stratégies efficaces de soutien à l'entrepreneuriat. Cette préoccupation nous amène à nous interroger sur la question suivante : quels sont les déterminants de l'intention et du comportement entrepreneurial chez les étudiants de l'université Labé en Guinée ?

Cette question est plus pertinente dans la mesure où La promotion de l'entrepreneuriat chez les étudiants peut constituer une stratégie efficace pour lutter contre la non employabilité des diplômés.

1. Cadre théorique

La littérature sur l'entrepreneuriat recensées pendant cette dernière décennie, abordés par les auteurs.

Arouna M (2020) , Bachiri M. (2016), Bitibale S Et Maiga N O (2024), Bouazza M., El Basri M, Douayri K. (2023), , Douayri K. (2023), Diallo M. S.(2022), Elafqih, B., & Messaoudi, A. (2021). Mujinga Kapemba, A., et Al., Tchagang. E (2017), Belkebir Z Et Mdarbi S, (2022), Sabri M. (2017), Guenoun A. Al., (2017), Traoré S. S. L Et Al., (2024), Laibyas S. S. et Abadli R. (2017), Jarraya. H (2024) Léna S. I. (2011) , *Achibane. M, (2019)*, Koropogui, S. T. et Al., (2024). Diallo M. A. (2022); Diana et al, (2022) Ces auteurs s'intéressent à l'intention entrepreneuriale et partagent l'idée selon laquelle le passage à l'acte de la création d'une

nouvelle entreprise par les jeunes étudiants est précédés par une intention de se lancer dans une affaire. La plupart de ces recherches en entrepreneuriat se sont basées sur une conception multidimensionnelle du phénomène entrepreneuriale et ont exploité à la fois les apports des recherches antérieurs.

1.1. La théorie du comportement planifié

La théorie du comportement planifié permet de mieux appréhender le processus entrepreneurial (Kruueger, 1993), elle propose une offre cohérente et un cadre théorique robuste pour comprendre et prédire les intentions (Kautonen et al., 2015 ; Krueger et ai., 2000).

Elle postule que la probabilité de réalisation d'un comportement par un individu dépend de son intention préalable de participer au dit comportement. Les intentions, à leur tour, répondent à trois antécédents principaux :

1.1.1. Attitudes comportementales

L'attitude des individus à l'égard du comportement : elle représente une évaluation personnelle du degré d'attraction ou de répulsion que l'individu a envers le comportement auquel il s'identifie. Elles sont composées de croyances de l'individu au sujet des conséquences de la réalisation du comportement. Pour Leger-Jarinou (2008), faire évoluer les attitudes et les comportements demande pédagogie particulière : la pédagogie classique permet d'apporter des connaissances, alors que la pratique, la mise en situation et la confrontation à des problèmes apportent de l'expérience qui va, au fur et à mesure modifier les aptitudes. Les résultats de Boudabbous, (2011) font ressortir l'importance des attitudes comportementale dans l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés de l'université de Tunis. Les résultats de Maâlej (2013) révèlent également l'importance des attitudes associés au comportement dans l'intention entrepreneuriale. Harouna (2020) ; trouve que l'intention entrepreneuriale est déterminée simultanément par les attitudes associées aux comportements,

Les résultats de Maâlej (2013) révèlent également l'importance des attitudes associés au comportement ainsi que l'importance des normes sociales dans l'intention entrepreneuriale.

Ariff et al. (2010) ont trouvé que les attitudes ; les normes sociales et le contrôle perçu ont influencé les étudiants malaisiens de s'engager dans l'entrepreneuriat. L'hypothèse suivante est formulée H1 : **l'attitude comportementale influencent positivement et significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Labé.**

1.1.2. Normes Subjectives

La norme subjective perçue est liée aux pressions sociales exercées sur l'individu par son entourage le plus proche (famille, amis ; et collègues) ou la perception de ce que les gens importants pour l'individu pensent de la réalisation du comportement. Cette pression sociale et culturelle est déterminante dans l'opportunité de devenir entrepreneur.

Harouna (2020) ; trouve que l'intention entrepreneuriale est déterminée par les normes subjectives par des étudiants nigériens. Les résultats de Boudabbous (2011) montrent que les normes sociales reste non significative sur l'intention entrepreneuriale

Pour Fayolle (2003), l'environnement familial et les amis sont des facteurs qui poussent les individus à entreprendre. Schmit (2008), montre que l'influence de la famille, des modèles entrepreneuriaux et de l'implication graduelle dans un milieu favorisent l'intention

Danner et Schutz (2017) montrent que les individus qui ont un entrepreneur dans leur famille sont plus enclin à entreprendre. Alaoui et Radi (2017) que l'expérience réussie d'un membre de la famille, la sensibilisation de certains professeurs, ensuite la qualité de la formation et le suivie des modules en rapport avec l'entrepreneuriat sont les facteurs qui motivent l'intention des étudiants marocains. Pour Tounès (2006), par la formation en entrepreneuriat, les expériences professionnelles et associatives et la disponibilité des ressources influencent l'intention

entrepreneuriat des étudiants. Cano et Tabares (2017), trouvent que les motivations personnelles des étudiants pour démarrer leur propre entreprises, l'influence de la famille et leur environnement social jouent un rôle crucial dans la détermination de leur intention entrepreneuriale. Selon Harouna (2020) l'accès facile aux sources de financement, l'accompagnement des porteurs de projets d'idée d'entreprendre et l'ouverture des marchés seraient nécessaires pour faciliter la création d'entreprise par les jeunes diplômés. Pour Krueger et Casrud (1993), Berglann et al (2010), Gurel et al. (2010) et Lapita et al. (2012), l'entourage du porteur de projet doit lui être favorable, et doit posséder les ressources nécessaires pour l'aboutissement. Nous pouvons formuler l'hypothèse suivante H2 : **les normes subjectives influencent positivement et significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Labé.**

1.1.3. Contrôle comportemental

Le contrôle comportemental perçu est en fonction des conditions facilitantes qui font référence à la présence ou non des ressources nécessaires. Il représente la croyance des individus quant à leur capacité à atteindre des niveaux de performance qui peuvent exercer une influence sur les événements qui affectent leur vie dans cette étude. Le contrôle comportemental est la perception qu'a la personne des difficultés à surmonter pour mettre en pratique un comportement étudié et une perception de la présence des ressources et compétences individuelles nécessaires pour réaliser ce comportement Tounès, (2006). Le contrôle comportemental perçu s'apparente au concept de Shapiro et Sakal (1992). Il s'agit de la perception qu'a la personne de la faisabilité du comportement souhaité. En effet, c'est le niveau de confiance et de contrôle de la personne en ses aptitudes et ressources nécessaires à la réalisation du comportement voulu, Elafqih, B., & Messaoudi, A. (2021) Dans le même ordre d'idée, Harouna (2020) ; trouve que l'intention entrepreneuriale est déterminée simultanément par les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu par des étudiants nigériens. Les travaux de Mujinga Kapemba, A., Muayila Kabibu, H., & Tendele Mobonda, C. (2023), considèrent que la capacité des étudiants à créer une entreprise dépend principalement de la formation spécifique sur l'entrepreneuriat, l'expérience professionnelle et associative, la présence des organismes de soutien à la création d'entreprise et d'accompagnement aux jeunes entrepreneurs, le financement et la perception du climat des affaires par les étudiants. Cela nous permet de formuler l'hypothèse suivante H 3 : **le contrôle comportemental influence positivement et significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Labé.**

Pour comprendre davantage les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Labé, nous avons étendu le modèle de comportement planifié à d'autres variables telles que le contexte universitaire, socio démographique et le contexte pays qui sont susceptibles d'influencer l'intention entrepreneuriale des étudiants.

2. Contexte universitaire et intention entrepreneuriale

Plusieurs recherches ont utilisé la théorie du comportement planifié dans la prédiction et l'explication du comportement entrepreneurial chez une population étudiante. Selon Karimi et al. (2012) les processus pédagogiques à travers l'éducation à l'entrepreneuriat influencent l'intention entrepreneuriale. Certaines études empiriques montrent que l'éducation peut favoriser l'entrepreneuriat (Karim et al., 2012). Cependant, l'effet des programmes de formation à l'entrepreneuriat sur les compétences entrepreneuriales et sur la valeur entrepreneuriale reste largement inexploré (Sanchès 2010). Les choix de carrière sont aussi considérés comme des processus cognitifs utilisés par les personnes pour traiter des connaissances, attitudes et croyance (Lima et al., 2012). Alaoui et Radi (2017), la sensibilisation de certains professeurs, ensuite la qualité de la formation et le suivi des modules en rapport

avec l'entrepreneuriat sont les facteurs qui motivent l'intention des étudiants marocains. Pour Fayolle (2003), les institutions de formation sont des facteurs qui poussent les individus à entreprendre. Pour Rasmussen et Sorheim (2006), l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les écoles et les universités peut modifier les attitudes, changer les comportements et les croyances des jeunes étudiants quant à l'entrepreneuriat. Léger-Jarniou (2008) pour qui la pédagogie classique permet, certes, d'apporter des connaissances, mais elle reste insuffisante pour faire évoluer les attitudes et les comportements ; c'est pour cela qu'il est nécessaire d'appliquer une pédagogie particulière. Nous affirmons donc qu'un contexte universitaire favorable à l'impulsion d'une culture entrepreneuriale influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants. Les travaux de Li et al. (2020) suppose que le contexte universitaire peut avoir un impact significatif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en chine en affirmant que les étudiants qui ont accès aux ressources entrepreneuriales de l'université sont plus aptes à créer des entreprises. Dans le même ordre d'idée, Singh et al. (2019) ont constaté que les étudiants qui ont participé à des programmes de formation entrepreneuriale à l'université ont une intention entrepreneuriale plus élevée. Nous pouvons formuler l'hypothèse suivante : **un contexte universitaire favorable à la culture entrepreneuriale influence positivement et significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Labé.**

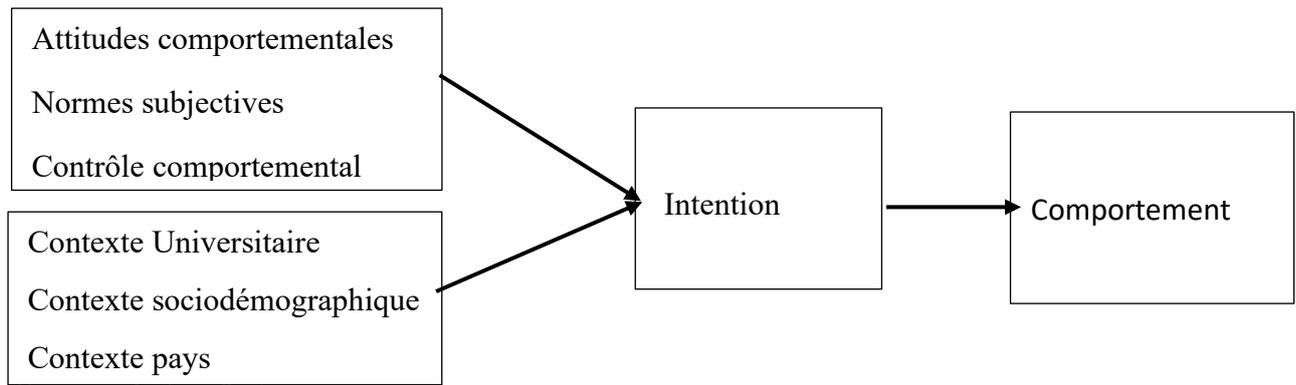
2.1. Contexte sociodémographique et du pays et intention entrepreneuriale

L'intérêt suscité par le concept de l'intention entrepreneuriale à pousser les chercheurs à examiner d'autres facteurs comme la culture (Shinnar et al2012), le genre (Gupta et al., 2009 ; Dia Garcia et Jiménez-Moreno, 2010), l'éducation (Shinnar et al., 2014 ; Fayolle et Gailly, 2013). Ce qui enrichit le débat sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale La nécessité pour explorer d'autres recherches pour approfondir notre appréhension du phénomène étudié. Wright et Abdelgawad (2014) ont montré que la majeure partie des recherches sur l'intention entrepreneuriale adoptent une posture universaliste en s'intéressant moins aux spécificités universitaires, culturelles, sociodémographiques. Cette approche généraliste traduit une dynamique qui détermine l'intention entrepreneuriale dans un milieu universitaire dans les pays en développement. En plus de cela les recherches portant sur l'influence du contexte socio-démographique et le contexte du pays sur l'intention entrepreneuriale ont produit un résultat mitigé et mérite d'être exploré. Les variables tels que l'âge , le sexe et la provenance des individus nécessitent une attention particulière pour comprendre leur effet sur l'intention entrepreneuriale Powell, 2004 et S. Traoré et al., (2024). Selon A. MAÂLEJ l'intention peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental, ou encore par ses spécificités culturelles (Benredjem, 2010). Face au chômage, dû aux crises économiques, politiques, l'accroissement démographique, l'incapacité du marché de l'emploi a observé les diplômés sortants et l'inadéquation de la formation aux exigences du marchés d'emploi poussent les jeunes diplômés à se lancer dans l'entrepreneuriat (Bamba & al., 2020). Les hypothèses suivantes peuvent être formulées :

H5 : une situation dégradante de la situation du pays influence significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Labé.

H6 : le contexte sociodémographique influence positivement et significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Labé.

**Figure 1:Modèle opératoire de la recherche
Comportement planifié**



Source : Autres facteurs

3. Méthodologie de recherche

Cet article a pour objectif d'étudier l'influence des déterminants sur l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Labé en appliquant un modèle élargit de Tounes 2006. Pour atteindre cet nous avons dans un premier temps fouiller dans la littérature existante les déterminants théoriques de l'intention entrepreneuriale en milieu universitaire. Nous adoptons une posture épistémologique dite post positivisme. Cette posture propose de découvrir des relations légitimes et raisonnables stables entre les phénomènes sociaux, qui existent dans les esprits et la réalité du terrain, L. Chappelletti (2011). La méthode quantitative sera utilisée car elle est le plus souvent perçue comme une méthode établissant des relations causales. L'utilisation d'une méthodologie quantitative est motivée par le désir d'obtenir des résultats objectifs et généralisables concernant les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale

3.1. Échantillonnage

Notre recherche porte sur un échantillon composé des étudiants de la licence (L1, L2 ; L3) reparti entre les facultés de Sciences Administratives et de Gestion (FSAG) ; Faculté de Sciences Techniques (FST) de l'Université de Labé. L'enquête a été réalisé en ligne auprès des étudiants appartenant à des départements des dites facultés.

La technique d'échantillonnage par convenance a été choisie, dans la mesure où le questionnaire a été établi sur Google form puis envoyé au chef de programme et qui ont accepté de le partager sur les plates formes des différentes concentrations. La taille de l'échantillon est de 380 étudiants

Tableau 1: la répartition des étudiants par département

Départements	Fréquences
Administration publique	36
Economie	92
Economie Sociale	35
Gestion	84
Mathématiques	32
MIAGE	31
Total	310

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Tableau 2:la répartition des étudiants par Niveau

Niveau d'étude	Fréquences
L1	163
L2	64
L3	83
Total	310

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

En se basant sur la recommandation de Sekaran et Bougie, (2016), d'avoir 30 réponses pour chaque construit inclus dans le modèle pour valider la taille de l'échantillon.

Le questionnaire est composé des items inspirés des travaux empiriques. Chaque groupe d'items a une variable spécifique du modèle. Les variables ont été mesurés à partir des échelles de Likert allant de 1 à 5 ; ou 1 signifie « pas du tout d'accord » et 5 signifie « tout à fait d'accord ».

3.2 Modèles de recherche

Dans le cas où le coefficient R est égal à 1, cela montre que les deux variables sont significativement en relation. Le coefficient de détermination explique la variabilité du modèle de régression et indique le pouvoir de prédiction de la variable indépendante sur la variable dépendante. La variation de F associée au modèle est très importante pour expliquer la significativité de la variance de la variable indépendante. Lorsque qu'une significativité de F avec $p < 0,05$ est significative et lorsque $p < 0,001$, elle est très significative.

Dans l'évaluation des paramètres d'un modèle, il y a la possibilité de construire une équation de régression pour prédire une valeur de Y, qui est la variable dépendante. Cela se fait à travers l'analyse des paramètres du modèle notamment l'observation du coefficient standardisé Béta (β). La valeur Béta standardisé indique la variation en écart-type de la variable dépendante pour chaque augmentation d'un écart-type de la variable dépendante quand en fonction de la valeur constate. Le signe du coefficient nous informe sur le sens de la relation ainsi que sur le degré auquel chaque prédicteur influence la variable dépendante.

. Un modèle de régression linéaire multiple est de la forme suivante :

$$Y_{pj} = \beta_0 + X_{pj} = 1\beta_j X_j + \varepsilon \quad s(1)$$

Où : - y est la variable à expliquer (à valeurs dans R) ;

- x_1, \dots, x_p sont les variables explicatives (à valeurs dans R) ;

- ε est le terme d'erreur aléatoire du modèle ;

- $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ sont les paramètres à estimer.

Pour n observations, on peut écrire le modèle de régression linéaire multiple sous la forme :

$$Y_i = \beta_0 + X_{pj} = 1\beta_j X_{ij} + \varepsilon_i \text{ pour } i = 1, \dots, n \quad (2)$$

Le modèle économétrique de cette étude se présente comme suit :

$$INTEENTR = \beta_0 + \sum_{j=1}^n \beta_j X_{ij} + \varepsilon_i \quad (3)$$

La forme empirique du modèle qui analyse la relation les facteurs explicatifs et l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé s'écrit de la façon suivante :

$$INTEENTR = \beta_0 + \beta_1 ATTCOMP_1 + \beta_2 NORMSUBJ_i + \beta_3 CONTPER_i + \beta_4 CONTXUNIV_i + \beta_5 CONTXSOCIO_i + \beta_6 CONTXPAY_i + \varepsilon_i \quad (4)$$

Dans le modèle 4 INTEENTR représentent l'intention entrepreneuriale. Les autres termes sont les suivants : ATTCOM (attitude comportementale), NORMSUBJ (Norme subjectif), CONTPER (contrôle perçu), CONTXUNIV (contexte universitaire), CONTXSOCIO (contexte sociodémographique), CONTXPAY (contexte pays) et ε_i représente l'erreur.

3.3. Traitement des données

Une fois toutes les données recueillies, le chercheur est en mesure d'attaquer la phase suivante de sa recherche. Pour se rassurer de la qualité et la fiabilité de nos instruments de mesure, l'analyse de l'Alpha de Cronbach et l'analyse de la dimensionnalité qui sera fait à travers la méthode de l'analyse factorielle en composantes multiples (AFCM). L'analyse des fréquences nous permettra d'apprécier le niveau des facteurs explicatifs et l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Labé. Le logiciel SPSS27 est utilisé pour traiter les données.

4. Résultats

Dans cette partie, nous allons dans un premier temps présenter les caractéristiques générales de la population source issues des statistiques descriptives et les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale ainsi que les résultats de l'analyse inférentielle.

4.1. Résultat de l'analyse descriptive.

Tableau 3:Fréquences du contexte universitaire

Variabes	Sous-variables	Composantes	Fréquences
Contexte universitaire	Filière	Administration publique	9,3
		Economie	43,6
		Economie Sociale	5,5
		Gestion	34,7
		Mathématique	3,8
	Niveau d'étude	L1	45,5
		L2	19,4
		L3	35,2
	Présence Pôle vie	D'accord	40,3
		Ne sait pas	9,7
		Pas d'accord	12,9
		Pas du tout d'accord	11,6
		Tout à fait d'accord	26,1
	Accompagnement Pôle vie	D'accord	46,8
		Ne sait pas	9,7
		Pas d'accord	11,0
		Pas du tout d'accord	11,3
		Tout à fait D'accord	21,2

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°3 nous indique les informations sur la fréquence items qui mesurent la variable contexte universitaire. Les résultats montrent que nos répondants sont majoritairement ceux du département d'Economie 43% et de Gestion 34,7. Cela s'explique par le fait que le contenu des programmes enseignés s'articule à la gestion d'entreprise. Pour le niveau de formation les étudiants de la Licence 1 alors et Licence 3 sont les plus représentés. Le nouveau programme mise en vigueur exige l'enseignement de l'entrepreneuriat et innovation en Licence 1 alors que dans l'ancien programme, l'entrepreneuriat est enseigné en Licence 3. Pour l'effet de la présence du Pôle de l'innovation entrepreneuriale au sein de l'université, la quasi-totalité des répondants soit plus de 65 % sont d'accord et tout à fait d'accord. Concernant l'accompagnement du Pôle VIE, la majorité des étudiants soit 70% affirment être tout à fait d'accord avec ses pratiques.

Tableau 4: Fréquences du contexte sociodémographique

Variabes	Sous-variables	Composantes	Fréquences
Contexte sociodémographique	Sexe	Femme	22,9
		Homme	77,1
	Age	Entre 20 et 25 ans	81,0
		Moins de 20	8,7
		Plus de 25	10,3
	Région de provenance	Basse Guinée	6,5
		Conakry	17,7
		Guinée Forestière	13,9
		Haute Guinée	14,5
		Moyenne Guinée	47,4

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°4 nous indique les informations sur la fréquence items qui mesurent la variable contexte sociodémographique. Les résultats montrent que 77,1% des répondants sont des Hommes alors que les femmes sont représentées à hauteur de 22,9%. L'âge moyen de 80% des répondants est compris entre 20 et 25 et près de la moitié viennent de la région naturelle de la moyenne Guinée.

Tableau 5: Fréquences du contexte Pays

Variabes	Sous-variables	Composantes	Fréquences
Contexte pays	Utiliser les réseaux sociaux	D'accord	21,3
		Ne sait pas	3,2
		Pas d'accord	31,3
		Pas du tout d'accord	30,0
		Tout à fait d'accord	14,2
	Crainte d'obtention d'emploi	D'accord	38,1
		Ne sait pas	1,3
		Pas d'accord	10,6
		Pas du tout d'accord	4,5
		Tout à fait d'accord	45,5
	Programme soutien femme et jeune	D'accord	41,0
		Ne sait pas	4,5
		Pas d'accord	5,5
		Pas du tout d'accord	2,3
		Tout à fait d'accord	46,8

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°5 nous indique les informations sur la fréquence items qui mesurent la variable contexte universitaire. Les résultats montrent que seulement 21,3% et 14,2% des répondants affirment être d'accord et tout à fait d'accord par l'influence de l'utilisation des réseaux sociaux sur le comportement entrepreneurial des étudiants concernant l'explication de l'intention entrepreneuriale par la crainte d'obtention d'un emploi, 38,1% et 45,5% partagent cette idée. L'apport du programme de soutien aux femmes et jeunes à l'entrepreneuriat, 41% et 46,8% des répondants sont d'accord et tout à fait d'accord que cela peut développer leur comportement entrepreneurial.

Tableau 6: Fréquences des attitudes comportementales

Variables	Sous-variables	Composantes	Fréquences
Attitudes comportementales	Idée formalisée	D'accord	42,3
		Ne sait pas	4,5
		Pas d'accord	11,6
		Pas du tout d'accord	6,5
		Tout à fait d'accord	35,2
	Idée est née suite à un cours suivi pendant	Tout à fait d'accord	25,8
		Pas du tout d'accord	15,2
		Pas d'accord	25,8
		Ne sait pas	1,9
		D'accord	31,3
	Échéance envisagez	1 an après étude	34,2
		2 ans après étude	15,2
		Pendant les études	50,6
	Suivi cours entrepreneuriat	Non	28,7
		Oui	71,3
	Développer les compétence	D'accord	44,8
		Ne sait pas	3,5
		Pas d'accord	5,8
		Pas du tout d'accord	14,5
		Tout à fait d'accord	31,3
	Information sur le domaine	D'accord	40,6
		Ne sait pas	1,6
		Pas d'accord	16,5
		Pas du tout d'accord	4,2
		Tout à fait d'accord	37,1
	Informations sur les clients et fournisseurs	D'accord	26,1
		Ne sait pas	4,8
		Pas d'accord	27,1
Pas du tout d'accord		16,5	
Tout à fait d'accord		25,5	

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°6 nous indique les informations sur la fréquence items qui mesurent les attitudes comportementales des étudiants de l'université de Labé. Les résultats montrent que 42,3% de nos répondants sont d'accord et 35,2% sont tout à fait d'accord disposés des idées formalisées avant le suivi du cours de l'entrepreneuriat. Pour le passage à l'acte, 50,6% sont favorable pour la création de leur entreprise pendant le cycle. Parmi nos répondants, 71,3% ont suivi le cours de l'entrepreneuriat et parmi eux 44,8% et 31,3% sont d'accord et tout à fait d'accord avoir développer les compétences. Concernant la recherche d'information sur le domaine d'activité, 40,6% de nos répondants sont d'accord et 37,1% sont tout à fait d'accord. De même pour les informations sur les clients et fournisseurs plus de la moitié de nos répondants ont manifesté leur accord.

Tableau 7: Fréquences des normes subjectives

Variables	Sous-variables	Composantes	Fréquences
	Enthousiaste à l'idée	D'accord	39,0
		Ne sait pas	1,3
		Pas d'accord	5,2
		Tout à fait d'accord	54,5
	Prendre des risques financiers	D'accord	44,5
		Ne sait pas	2,6
		Tout à fait d'accord	52,9
	Modèle de réussite en entrepreneuriat	D'accord	42,6
		Ne sait pas	5,2
		Pas d'accord	10,3
		Pas du tout d'accord	9,7
		Tout à fait d'accord	32,3
	Pressions de votre famille	D'accord	20,6
		Ne sait pas	8,7
		Pas d'accord	25,5
		Pas du tout d'accord	35,5
		Tout à fait d'accord	9,7
	Pressions de votre entourage	D'accord	20,0
		Ne sait pas	8,7
		Pas d'accord	25,8
Pas du tout d'accord		35,2	
Tout à fait d'accord		10,3	
Satisfaction personnelle	D'accord	34,5	
	Ne sait pas	2,3	
	Pas d'accord	9,4	
	Pas du tout d'accord	8,4	
	Tout à fait d'accord	45,5	

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°7 nous indique les informations sur la fréquence items qui mesurent les normes subjectives des étudiants de l'université de Labé. Les résultats montrent que 39% de nos répondants sont d'accord et 54,5% sont tout à fait d'accord d'être enthousiaste à l'idée de créer une entreprise. 44,5% et 52,9% des étudiants interrogés sont respectivement d'accord et tout à fait d'accord par le fait qu'ils sont prêts à prendre des risques. Plus de 75% indique leur accord sur l'inspiration d'un modèle réussi en entrepreneuriat. Pour contre, seulement 30% des répondants soulignent recevoir des pressions venantes des parents sur leur choix. De même pour la pression de leur entourage, moins de 30% affirme le subir. Alors que 34,5% de nos répondants sont d'accord et 45,5% sont tout à fait d'accord d'idée que la création d'une entreprise relève d'une satisfaction personnelle.

Tableau 8:Fréquences contrôles perçus

Variables	Sous-variables	Composantes	Fréquences
	Capacité de mettre en pratique la formation	D'accord	38,4
		Ne sait pas	6,8
		Pas d'accord	16,5
		Pas du tout d'accord	5,8
		Tout à fait d'accord	32,6
	Expérience de travail ou de stage	D'accord	31,3
		Ne sait pas	7,1
		Pas d'accord	25,2
		Pas du tout d'accord	18,4
		Tout à fait d'accord	18,1
	Capacité montage BP	D'accord	42,3
		Ne sait pas	3,9
		Pas d'accord	4,8
		Pas du tout d'accord	4,2
		Tout à fait d'accord	44,8
	Capacité de résoudre les problèmes à la création	D'accord	51,3
		Ne sait pas	7,1
		Pas d'accord	3,5
		Pas du tout d'accord	4,2
Tout à fait d'accord		33,9	

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°8 nous indique les informations sur la fréquence items qui mesurent la variable contrôle perçu des étudiants de l'université de Labé. Les résultats indiquent que 38,4% de nos répondants sont d'accord et 32,6% sont tout à fait d'accord d'être capable de mettre en pratique la formation réussie en entrepreneuriat. 31,3% de nos répondants sont d'accord et 18,4% sont tout à fait d'accord qu'après une expérience de travail et de stage que l'idée d'entreprise fut émergée. Quant au montage d'un plan d'affaires, près de 90% des répondants estiment capable de le faire et plus de 80% affirment disposer des connaissances pour résoudre les problèmes liés à la création d'entreprise.

Tableau 9: Analyse de la fiabilité des variables

Variables	Dimensions	Alpha de Cronbach
Attitude comportementale	7	0,731
Norme subjective	6	0,833
Contrôle perçu	4	0,704
Contexte Universitaire	4	0,711
Contexte sociodémographique	3	0,804
Contexte pays	3	0,741

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le résultat de l'analyse de Alpha de Cronbach montre que les coefficients sont tous supérieurs à 0,7 cela atteste une bonne cohérence entre nos variables d'études.

Tableau 10: Corrélation entre les variables

Variables	1	2	3	4	5	6	7
Attitude comportementale	1						
Contrôle perçu	-,066	1					
Contexte Universitaire	,029	-,106	1				
Contexte sociodémographique	,212**	-,149**	,517**	1	,011		
Contexte pays	-,244**	,054	,411**	,605**	1		
Norme subjectif	-,035	-,182**	,483**	,625**	,499**	1	
Intention	,212**	-,101	,221**	,011	-,142*	,119*	1

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N°9 présente les corrélations de Pearson entre les variables de notre étude. Les résultats montrent une corrélation positive et significative entre attitude comportementale et intention entrepreneuriale au seuil de 0,001. Ces résultats démontrent que les étudiants de l'université de Labé qui possèdent une idée formalisée, qui ont développés des compétences à travers leur suivi du cours de l'entrepreneurial accompagner des recherches des informations sur leur domaine d'activité sont plus intéressés par l'entrepreneuriat.

Les résultats montrent également une relation positive et significative avec un coefficient de 0,221 au seuil critique de 0,001 entre le contexte universitaire et l'intention entrepreneuriale. Concernant le contexte pays, les résultats nous indiquent une corrélation négative et significative avec un coefficient de - 0,142 au seuil de 0,001 avec l'intention entrepreneuriale. Quant aux normes subjectives, les résultats attestent une relation positive et significative avec un coefficient de 0,119 au seuil de 0,001 avec l'intention entrepreneuriale. Ces résultats impliquent les étudiants de l'université de Labé qui sont enthousiasme à l'idée d'entreprise, qui prennent des risques financiers et pour lesquelles la question d'entrepreneuriale est une satisfaction personnelle sont plus intéressés par la création d'entreprise. Cependant comme le note Rakotomalala (2011), la corrélation n'est pas causalité a-t-on coutume de dire : ce n'est pas parce que deux variables varient de manière concomitante, dans le même sens ou en sens opposé, qu'il faut y voir forcément une relation de cause à effet. Cette limite présentée par les analyses de corrélations nous conduit à l'adoption de l'analyse des régressions multiples pour prédire les relations entre les variables étudiées.

Tableau 11: Analyse des régressions multiples

Récapitulatif des modèles ^b					
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Durbin-Watson
1	,664 ^a	,441	,385	,57584	1,991

a. Prédicteurs

b. Variables dépendantes : INTENTION

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau N10 ci-dessus donne un coefficient de corrélation R de 0,664 et indique que les deux variables sont significativement corrélées. Le tableau indique le R deux pour ce modèle est de 0,441, ce qui signifie que 44,1 % de la variation de la variable dépendante (intention entrepreneuriale) peut être expliquée par les variables indépendantes (Attitude comportemental, Norme subjectif, Contrôle perçu, Contexte Universitaire, Contexte sociodémographique,

Contexte pays). La valeur de test de Durbin-Watson est de 1,991 ce qui se situe dans l'intervalle de sécurité. Le tableau suivant présente l'analyse de la variance

Tableau 12: Analyse des variances

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	73,392	28	2,621	7,905	,000 ^b
	de Student	93,176	281	,332		
	Total	166,568	309			

a. Prédicteurs

b. Variables dépendantes : INTENTION

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Le tableau nous montre la valeur observée du coefficient de Fisher-Snedecor est de 7,905 au seuil de significativité de $0,000 < ,000^b$. Ainsi, le modèle global de régression pour ces six variables indépendantes explique significativement la variable de l'intention entrepreneuriale. Le tableau récapitulatif des coefficients de régression permet de confirmer ces analyses.

Tableau 13: Récapitulatif des coefficients de régression

Variables	Coefficients non standardisés	SE	Valeur T	Valeur P
Attitude comportementale	0,293	0,053	2,752	0,021
Contrôle perçu	0,118	0,049	0,367	0,714
Contexte Universitaire	0,176	0,071	2,778	0,046
Contexte sociodémographique	-0,097	0,083	1,163	0,246
Contexte pays	-0,126	0,040	-3,129	0,002
Norme subjectif	0,297	0,072	4,153	0,000
Constante	3,713	0,288	12,886	0,000

Source : Données enquêtes sur SPSS 27

Les coefficients de régression, la droite de l'équation de régression présentés dans le tableau montrent que l'intention entrepreneuriale se présente de la façon suivante :

$$\text{INTEENTR} = 3,713 + 0,293 \text{ AACOMP} + 0,297 \text{ NORMSUBJ} + 0,176 \text{ CONTXUNV} - 0,126 \text{ CONTXPAY}$$

Le tableau N°13 montre que certains facteurs ont un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé.

La variable Norme subjective est celle qui contribue le plus à la variation de l'intention entrepreneuriale c'est-à-dire son augmentation d'une unité entraîne une variation positive de 0,297 de l'intention entrepreneuriale dans le même sens. Nous avons un t de Student significatif ($t=4,153$ et $p\text{-value} = 0,000$). Cela signifie que les Normes subjectifs influencent significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé. Ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle **les normes subjectives influencent positivement et significativement l'intention entrepreneuriale.**

La variable Attitude comportementale est la seconde qui contribue le plus à la variation de l'intention entrepreneuriale c'est-à-dire son augmentation d'une unité entraîne une variation négative de 0,126 de l'intention entrepreneuriale dans le même sens. Nous avons un t de Student significatif ($t= 2,752$ et $p\text{-value} = 0,021$). Cela signifie que l'Attitude comportementale influence significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé. Ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle **l'attitude comportementale influencent positivement et significativement l'intention entrepreneuriale.**

La variable Contexte Universitaire est la troisième qui contribue le plus à la variation de l'intention entrepreneuriale c'est-à-dire son augmentation d'une unité entraîne une variation positive de 0,176 de l'intention entrepreneuriale dans le même sens. Nous avons un t de Student

significatif ($t= 2,778$ et $p\text{-value} = 0,046$). Cela signifie que le contexte universitaire influence significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé. Ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle **le contexte universitaire influencent positivement et significativement l'intention entrepreneuriale.**

La variable Contexte pays est la quatrième qui contribue le plus à la variation de l'intention entrepreneuriale c'est-à-dire son augmentation d'une unité entraîne une variation négative de 0,176 de l'intention entrepreneuriale dans le même sens. Nous avons un t de Student significatif ($t= -3,129$ et $p\text{-value} = 0,002$). Cela signifie que le contexte pays influence significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé. Ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle **une situation dégradante de la situation du pays influence positivement et significativement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de Labé.** Nous constatons que nos variables introduites varient proportionnellement avec l'intention entrepreneuriale. Néanmoins, toutes les variables du modèle étudié n'ont pas entraîné variation statistiquement significative sur l'intention entrepreneuriale. Les variables telles que Contrôle perçu et Contexte sociodémographique pour lesquels les niveaux de significativité sont respectivement 0,714 et 0,246, sont supérieurs au seuil fixé de 0,05. Ce qui signifie que les hypothèses associées à ces variables ne sont pas confirmées.

Discussion

Les résultats de cet article nous ont permis d'expliquer l'influence de variables indépendantes sur l'intention entrepreneuriale. Les différentes analyses ont montré que les items des facteurs de l'intention entrepreneuriale remplissent les conditions minimales de fiabilité et de cohérence exigée avec des coefficients de Cronbach tous supérieurs à 0,7. Sur la base de ces résultats, nous avons validé la qualité et la fiabilité de nos échelles de mesure. Les attitudes associées au comportement montrent le degré d'engagement des étudiants à embrasser une carrière entrepreneuriale. Ces résultats s'alignent à ceux de Harouna (2020) à travers une étude menée auprès des étudiants Burkinabés à aboutir à la conclusion selon laquelle l'attitude façonne les individus vers un comportement particulier. L'intention entrepreneuriale se manifeste par le suivi du cours de l'entrepreneuriat, de l'existence d'une idée formalisée et la recherche des informations sur le domaine d'activité. Les normes subjectives représentent l'idée que l'étudiant se fait quant au degré auquel son entourage accepte ou non sa décision de faire carrière dans l'entrepreneuriat. Nos résultats montrent une relation positive directe et significative entre normes subjectives et l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Labé. Ces résultats sont conformes à ceux trouvés par Qadgui et al. (2017), qui sont parties, de l'idée que l'entrepreneuriat est non seulement une pratique mais aussi un champ de recherche. Il ressort de l'analyse que l'intention entrepreneuriale est influencée par la recherche de responsabilité et de l'autonomie ainsi que la propension à prendre le risque. Cette influence significative est corroborée par d'autres recherches. Par exemple une étude sur l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires de Harouna (2020) ; trouve que l'intention entrepreneuriale est déterminée par les normes subjectives par des étudiants nigériens. Dans le même sens nos résultats vont dans le même sens que ceux de Cano et Tabares (2017), trouvent que les motivations personnelles des étudiants pour démarrer leur propre entreprises, l'influence de la famille et leur environnement social jouent un rôle crucial dans la détermination de leur intention entrepreneuriale. Par compte, il est bien de souligner que certains travaux produisent un effet contraire de l'impact des normes subjectives sur l'intention entrepreneuriale. Nous pouvons citer les travaux Boudabbous (2011) montrent que les normes sociales restent non significatives sur l'intention entrepreneuriale. Ce point de vue divergent

peut s'expliquer par les facteurs de contexte, culturels ou méthodologique à l'étude. Etant donné que les normes subjectives jouent un rôle important de la formation de l'intention entrepreneuriale, leur influence peut dépendre du contexte d'étude et des caractéristiques de la population source. Les résultats de notre étude suggèrent que le contexte universitaire a un effet significatif et positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que le contexte universitaire peut offrir des ressources et des opportunités qui favorisent l'intention entrepreneuriale des étudiants. Les universités peuvent offrir des programmes de formation entrepreneuriale ; des incubateurs d'entreprises, des conférences sur l'entrepreneuriat. Ces ressources peuvent aider les étudiants à développer leurs compétences entrepreneuriales à réfléchir aux opportunités d'affaires et de créer leur propre entreprise. Ce résultat confirme ceux de Li et al (2020), qui ont constaté que les étudiants qui ont accès à des ressources entrepreneuriales à l'université sont plus susceptibles de créer des entreprises. D'autre étude menés au Portugal par Ferreira et al. (2019), a montré que le contexte universitaire influence l'intention entrepreneuriale des étudiants en favorisant l'acquisition de compétences entrepreneuriales. Dans le même sens que ceux de Singh et al. (2019), en Inde qui ont démontré que les étudiants qui ont participé à des programmes de formation entrepreneuriale à l'université ont une intention entrepreneuriale plus élevée que ceux qui n'ont pas participé à ces programmes. Les résultats montrent que les condition socio-économiques et politiques du pays influencent les aspirations entrepreneuriales des étudiants de l'Université de Labé. Nous constatons qu'un contexte dégradant, comme une instabilité économique, l'environnement difficile et les difficultés d'obtenir un emploi ont tendance à booster l'intention d'entreprendre. Ces résultats corroborent avec les observations faites dans le contexte malien ou les travaux de S. Traoré et al. (2023) qui ont montré que l'entrepreneuriat est perçu comme une solution choisie par des étudiants de la Faculté des Sciences Economique et de Gestion au Mali pour faire face aux instabilités économiques. Le coefficient négatif de -0,176 indique que plus les étudiants trouvent la situation du pays comme étant défavorable, plus leur intention entrepreneuriale est forte. Cela montre que les étudiants de Labé, conscients des enjeux auxquels le pays est confronté, sont motivés à créer leur propre entreprise afin de contribuer au développement de la localité.

Conclusion

L'objectif de cet article était d'expliquer les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Labé. L'analyse de la littérature a relevé les déterminants de l'intention entrepreneuriale en milieu universitaire. Les résultats de l'analyse descriptive ont validé la qualité et la fiabilité de nos instruments de mesure et ont montré le degré des différents facteurs susceptible d'influencer l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Labé. Pour atteindre nos objectifs, la méthode quantitative a été utilisé et un positionnement positiviste. Un questionnaire a été administré et soumis auprès de 318 étudiants de plusieurs départements de ladite université. Les résultats montrent plusieurs facteurs identifiés influence significativement et positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cependant il est difficile de prouver certaine variation du fait de l'intention entrepreneuriale dépend de certains facteurs spécifiques à l'individu et le milieu dans lequel il évolue.

Les résultats obtenus ont des importantes implications managériales. Ils suggèrent aux décideurs politiques et les éducateurs qui cherchent à promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes étudiants de considérer les normes subjectives et les attitudes comportementales dans les programmes de formation et la sensibilisation à l'entrepreneuriat. Cela permettra aux étudiants

de passer rapidement l'acte en modifiant la perception et les attitudes de leur entourage (amis, parents) à l'égard de leur choix professionnel. Il a été relevé que les conditions difficiles peuvent paradoxalement amener les jeunes à choisir l'entrepreneuriat comme voie de recours. Ces aspects peuvent guider les actions des autorités publiques à soutenir l'entrepreneuriat dans les environnements défavorables. Les autorités universitaires doivent reformer les programmes d'étude afin de permettre l'enseignement des cours de l'entrepreneuriat dans tous les cursus. Dynamiser les structures d'accompagnement (Pole vie) créer dans les universités de la république de Guinée. Ils doivent commencer les sensibilisations auprès des étudiants de la Licence 1 porteur de projet. Les accompagnements en termes financiers et de formations doivent se faire durant le cursus des étudiants. Il convient également de noter que cette étude présente des limites. Les résultats ne peuvent faire l'objet d'une généralisation à l'échelle nationale car la population source est spécifiquement les étudiants de l'Université de Labé. D'autres études futures devraient permettre de valider ces résultats à travers un échantillon choisi dans toutes les universités de la république de Guinée.

Bibliographie

ACHIBANE. M, (2019), Mobiles de l'Intention Entrepreneuriale : Cas d'étudiant(e)s Universitaires de la Région Rabat -Salé-Kenitra du Maroc, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Kenitra, Doi :10.19044/ v15n19p259

AROUNA M (2020) « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Dosso au Niger », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 1 : Numéro 6 » pp : 1 – 16

BACHIRIM. (2016), Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine ? Management avenir N°89

BELKEBIR Z et MDARBI S, (2022), L'intention entrepreneuriale chez les étudiants en formation continue à l'école supérieure de technologie Casablanca, Revue de Management et Cultures (REMAC), ISSN : 2550-6293 N° 7 (2022)

BITIBALE S et MAIGA N O (2024), L'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université Thomas Sankara du Burkina Faso, International Journal of Financial Accountability, Economics, Management, and Auditing 2788-7180

BOUAZZA M., EL BASRI M, DOUAYRI K. (2023), Intention entrepreneuriale chez les étudiants universitaires : cas des étudiants de l'école supérieure de technologie d'oujda, Revue Internationale de la Recherche Scientifique, ISSN : 2958-8413

Diallo M. S.(2022), Entreprenariat de nécessité et mécanismes d'accompagnement en milieu contraint : une exploration dans le contexte guinéen (le cas de la région de la Basse-Guinée). Gestion et management.

Diallo M. A.(2022) , Entreprenariat de nécessité et mécanismes d'accompagnement en milieu contraint : une exploration dans le contexte guinéen (le cas de la région de la Basse-Guinée). Gestion et management. Université de Bretagne occidentale. NNT: 2022BRES0114

Elafqih, B., & Messaoudi, A. (2021). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants : cas des doctorants. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 2(6), 263-280

FERREIRA, J. M. et ai.. (2019). Entrepreneurial intentions of university students: The role of entrepreneurial education and university support. Journal of Small Business and Enterprise Development, 26(1), 34-53.

GUENOUN A. al., (2017), l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'oran 2, les cahiers du Cread, vol 33- n° 121

JARRAYA. H (2024) « Le développement de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université tunisienne : Impact des antécédents à l'intention et de l'Education

Entrepreneuriale », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 1 » pp : 533 - 560

Koropogui, S. T. et al., (2024). Situation de l'activité entrepreneuriale étudiante en Guinée 2023. Kindia : Université de Kindia, Guinée.

Laibyas S. S. et Abadli R. (2017), l'intention entrepreneuriale chez les étudiants et la formation universitaire cas de la maison de l'entrepreneuriat de Constantine, Revue des Sciences Humaines – Université Mohamed Khider Biskra N° :50

LÉNA S. I. (2011), L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban. Gestion et management. Université Nancy 2, Français. NNT : 2011NAN22004.

LI, Y.,et al. (2020). How university entrepreneurial ecosystem affects students' entrepreneurial intentions : A multi-level analysis. Journal of Technology Transfer, 45(3), 537-554.

MUJINGA KAPEMBA, A., MUAYILA KABIBU, H., & TENDELE MOBONDA, C. (2023). Déterminants de l'intention entrepreneuriale en RDC : Evidences empiriques des étudiants de Kinshasa. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 4(5-2), 1113-1142.

SABRI M. (2017), « Les Déterminants De L'entrepreneuriat Chez Les Jeunes », *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 19,*

SINGH, S et al. (2019). Entrepreneurial intentions of university students: A study of Indian students. Journal of Entrepreneurship and Innovation, 20(1), 1-15.

TCHAGANG. E (2017), Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais. Management & sciences sociales, 2017, Mieux-être au travail : repenser le management et l'émergence de la personne, 22, pp.172-190.

TRAORÉ S. S. L et al., (2024), déterminants of entrepreneurial intention among fseg/ussgb students, GSJ: Volume 12, Issue 7,