

# *La Portée Des Parcours Universitaires Sur L'intention Entrepreneuriale Des Jeunes Diplômés Cas Des Jeunes Diplômés Malgaches*

ANDRIANARIZAKA Hantatiana Henimpitia<sup>1</sup>, RAKOTOSON Dera Erica<sup>2</sup>, ANDRIANALY  
Saholiarimanana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Doctorante en science de gestion  
Ecole Doctorale en Sciences Humaines et Sociales,  
Equipe d'Accueil Doctorale en Dynamique des Organisations de Gestion et Management  
University of Antananarivo, Madagascar

<sup>2</sup>Doctorant en science de gestion  
Université Catholique de Madagascar, Centre de recherche pour le développement  
Pôle de recherche Economie et Management

<sup>3</sup>Professeur Titulaire  
Ecole Doctorale en Sciences Humaines et Sociales, Equipe d'Accueil Doctorale en Dynamique des Organisations de  
Gestion et Management Université d'Antananarivo, Madagascar



**Résumé** – Ces dernières décennies, les préoccupations des chercheurs et des décideurs, dans les pays développés comme dans ceux étant en voie de développement, se sont de plus en plus rapportées au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social. La création d'entreprise est logiquement précédée par une volonté ou une intention d'entreprendre qui peut être un état d'esprit acquis par la formation, la sensibilisation aux situations, les mesures d'accompagnement, ou encore par des techniques et outils spécifiques; d'où l'importance du système éducatif. Mais la problématique qui se pose est comment les parcours universitaires façonnent-ils l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés ?

A travers un échantillon de 500 jeunes fraîchement diplômés, cette recherche vise à identifier les apports des acquis universitaires dans le déclenchement de l'intention entrepreneuriale des diplômés. L'analyse des résultats ont permis de vérifier que l'intention entrepreneuriale est le résultat d'un long processus universitaire dicté par les acquis et expériences des étudiants.

**Mots clés** – Formation, Expérience, Sensibilisation, Université, Intention entrepreneuriale.

## I. INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est un facteur névralgique dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. L'entrepreneuriat, associé généralement aux concepts de création d'entreprises et d'esprit d'entreprise, montre un caractère plus complexe et multidisciplinaire. Actuellement, l'entrepreneuriat devient l'objet de plusieurs études surtout celles des grands organismes internationaux tels que l'ONU, l'OCDE et la Banque mondiale. Promouvoir l'entrepreneuriat devient indispensable tant pour les pays développés que pour les pays en développement comme Madagascar. Cet intérêt est, sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et

social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation.

La création d'entreprise est logiquement précédée par une volonté ou une intention d'entreprendre qui n'est autre qu'un acte qui naît au sein d'un processus en construction. Cette intention résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise. La volonté de créer une entreprise dépend des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur. Pour **Tounès (2006)**<sup>1</sup>, la volonté de l'individu est importante dans l'aboutissement du processus de création d'entreprise. Et **Verstraete (2001)**<sup>2</sup> montre que la vision correspond à l'articulation des schémas cognitifs relativement au futur que l'entrepreneur souhaite atteindre, sur la base des représentations qu'il se fait de l'organisation impulsée, au réel auquel il se confronte et à ses connaissances. **Saporta et Verstraete (2000)**<sup>3</sup> avancent que l'enseignement de l'entrepreneuriat peut modeler la cognition de l'étudiant en favorisant la combinaison de trois dimensions irréductibles et indissociables : réflexion, réflexivité et apprentissage. Ainsi, La promotion de l'esprit d'entreprendre apparait comme une nécessité pour susciter l'intérêt des étudiants à la création d'entreprise. Pour **Rasmussen et Sorheim (2006)**<sup>4</sup>, 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, et leur faciliter l'assimilation et l'accessibilité au phénomène entrepreneurial.

C'est dans ce contexte que vient l'idée d'analyser la portée des parcours universitaires sur l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés

A Madagascar, comme dans plusieurs pays d'Afrique, l'incitation à l'entrepreneuriat est certes en marche, et commence à prendre de l'ampleur. La politique de développement existante incite les universités à encourager l'esprit d'entreprise auprès des jeunes. L'éducation à l'entrepreneuriat a été une partie intégrante de l'architecture de l'apprentissage dans les instituts universitaires. Les jeunes esprits, sont initiés à la désirabilité et aux perspectives de devenir un entrepreneur. Mais la problématique qui se pose est de savoir comment les parcours universitaires façonnent-ils l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés ?

L'objectif est donc d'identifier les apports des acquis universitaires dans le déclenchement de l'intention entrepreneuriale en se basant sur une hypothèse que l'intention entrepreneuriale est le résultat d'un long processus universitaire dicté par les acquis, expériences des étudiants.

En se référant aux théories issues des recherches antérieures, une enquête en forme de sondage d'opinion a été effectuée sur un échantillon de 500 jeunes sortants de l'université et des grandes écoles dans la région Analamanga, à la fin de l'année universitaire 2018. Nous avons, délibérément, emmené notre enquête auprès d'une dizaine d'université publique et privée, dans différents parcours qui proposent plusieurs disciplines de formations.

Nous avons cherché à circonscrire les problèmes de temporalité et de validité que pose l'étude de l'intention entrepreneuriale, d'analyser les impacts des acquis des parcours universitaires. Le but était de recueillir des données observables et quantifiables sur lesquelles on peut faire des analyses statistiques permettant de faire des analyses descriptives, des tableaux et graphiques, des analyses statistiques sur la relations entre les parcours universitaires et le degré de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés.

## **II. CADRE CONCEPTUEL**

L'intention entrepreneuriale est le début de la création d'entreprise, il est donc judicieux d'expliquer le concept d'entrepreneuriat pour mieux cerner le sens de l'intention entrepreneuriale. Généralement connu comme l'acte d'entreprendre, l'entrepreneuriat revêt récemment être au cœur des études de différents auteurs selon leurs interprétation. L'entrepreneuriat peut prendre différentes formes selon diverses classifications mais en tout cas il génère des situations conduisant à la croissance économique. L'entrepreneuriat est souvent définie comme la fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines

---

<sup>1</sup> **Tounès**, « *L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français* », Revue des Sciences de gestion, Direction et Gestion, Mai/Juin 2003.

<sup>2</sup> **Verstraete**, « *Entrepreneuriat: modélisation du phénomène* », Revue de l'Entrepreneuriat, vol.1, no 1, 2001.

<sup>3</sup> **Saporta et Verstraete**, « *Réflexion sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en Sciences de Gestion dans les universités françaises* ». Revue de Gestion, vol.17, 2000

<sup>4</sup> **Rasmussen et Sorheim**, « *Action-based entrepreneurship education. Technovation* »,2006.

et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises. L'entrepreneuriat est considéré ici, avant tout, comme une fonction dont la visée est la création, le développement et l'implantation d'une entreprise. Selon **Julien et Marchesnay (1996)**<sup>5</sup>, l'acte d'entrepreneuriat demeure la création d'entreprise, l'innovation en est le moteur, l'entrepreneur est l'acteur, le marché représente les opportunités et le milieu constitue l'incitation à l'entrepreneuriat.

L'entreprise est surtout considérée comme une organisation relativement autonome, dotée de ressources humaines, matérielles et financières en vue d'exercer une activité économique de façon plus stable et structurée. Ainsi, l'entrepreneur est donc défini comme étant une personne ou groupe de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit. La personnalité des entrepreneurs, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir.

Mais toute d'entrepreneuriat démarre toujours par l'intention à entreprendre. Par nature, l'intention est une notion philosophique désignant une opération de l'esprit qui se propose un but, des objets ou des choses voulues. Dans le champ spécifique de l'entrepreneuriat, elle correspond aux jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise. Il s'agit aussi d'une volonté individuelle (**Bruyat, 1993**)<sup>6</sup>, d'une liberté ou un d'état d'esprit tourné vers la création d'entreprise.

La théorie d'**Ajzen (1991)**<sup>7</sup> postule que l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments que sont son attitude à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir sur la situation. **Shapero et Sokol**<sup>8</sup> partent du principe que celle-ci est basée sur la perception de la désirabilité du comportement ; la propension à agir, c'est à dire la volonté d'agir selon ses intentions; et la perception de la faisabilité du comportement envisagé. Autrement dit le désir, la faisabilité perçue et par conséquent l'intention de créer une entreprise seraient fondés sur les croyances des individus. **Krueger (1993)**<sup>9</sup>, propose une reformulation des apports de **Shapero et Sokol**<sup>10</sup> avec une réintégration plus concrète du concept de l'intention entrepreneuriale. En ajoutant que si le créateur perçoit l'action comme crédible, il sera incité à se lancer réellement dans une expérience entrepreneuriale. L'entrepreneuriat commence par la propension à créer, l'intention de créer, la structuration des informations, la décision. Le degré de l'intention entrepreneuriale peut donc se mesurer par l'intensité de la projection à entreprendre, la motivation, l'engagement mais surtout la personnalité de l'individu.

Quand il s'agit de l'étude du projet entrepreneurial, l'interrogation sur les raisons, qui amènent un individu à se risquer dans un projet de création d'entreprise est récurrente. Pour cerner les marqueurs de l'acte intentionnel et plus précisément de l'intention entrepreneuriale, l'analyse des éléments contextuels doit nécessairement s'accompagner d'une incorporation des éléments historiques du processus de socialisation entrepreneuriale. Comme le soulignent **Fayolle et al (2007)**<sup>11</sup>, l'entrepreneuriat est un concept polysémique qui peut tantôt faire référence à des compétences techniques et des attitudes et l'enseignement et la formation constituent une condition cadre importante. En particulier, s'il semble peu discutable que les compétences entrepreneuriales peuvent s'enseigner, il est légitime de s'interroger sur la possibilité d'enseigner des attitudes entrepreneuriales. Mais selon **Gibb (1992)**<sup>12</sup>, la culture entrepreneuriale ne peut être étudiée sans faire référence à la pédagogie qui permet de la développer.

Dans ces conditions, la culture entrepreneuriale peut être inculquée à la condition d'utiliser des méthodes pédagogiques particulières. L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les programmes de formation, selon **Rasmussen et Sorheim (2006)**<sup>13</sup>,

---

<sup>5</sup> **Julien et Marchesnay**, « *L'entrepreneuriat* », Paris, Economica 1996.

<sup>6</sup> **Bruyat**, « *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation* », Thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble 1993.

<sup>7</sup> **Ajzen**, "*The theory of planned behaviour. Organizational Behavior and Human Decision Processes*", 1991.

<sup>8</sup> **Shapero et Sokol**, "*The social dimensions of entrepreneurship*", Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, chap. IV 1982.

<sup>9</sup> **Krueger**, "*Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. Entrepreneurship and Regional Development*", 1993.

<sup>10</sup> **Shapero et Sokol**, "*The social dimensions of entrepreneurship*", Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, chap. IV 1982.

<sup>11</sup> **Fayolle**, "*Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology*". Journal of European Industrial Training, 2006.

<sup>12</sup> **Gibb**, "*Can We Build Effective Entrepreneurship Through Management Development ?*", Journal of General Management, summer, 1989.

<sup>13</sup> **Rasmussen et Sorheim**, « *Action-based entrepreneurship education. Technovation* », 2006.

peut améliorer les attitudes, changer les comportements et les croyances des jeunes étudiants quant à l'entrepreneuriat, et leur faciliter l'assimilation et l'accessibilité au phénomène entrepreneurial.

Un nouveau modèle d'éducation orienté vers l'expérimentation est venu compléter le système éducatif actuel. Cette pédagogie doit se concevoir dans un environnement qui développe chez les étudiants l'estime de soi, la connaissance et les qualités pour agir sur ce qu'ils trouvent. Il est d'ailleurs reconnu qu'un individu ne peut réellement apprendre que s'il se confronte à un environnement aussi proche possible que la réalité. Selon **Battistelli, (2001)<sup>14</sup>**, un pourcentage important d'étudiants qui ont eu une expérience professionnelle déclarent avoir une idée de création d'entreprise par rapport à ceux qui n'ont jamais travaillé.

Les rencontres avec les entrepreneurs organisées dans le cadre de la formation sont aussi une grande source d'inspiration et de motivation puisqu'elles permettent aux étudiants de se confronter à la réalité entrepreneuriale et de supprimer les clichés et préjugés qu'ils peuvent avoir sur le sujet.

La pédagogie entrepreneuriale est donc plus constructiviste en se centrant de manière explicite sur des scénarios d'experts, en enseignant des pensées difficiles et contrefactuelles et en demandant aux étudiants d'être des apprenants autodirigés et en les forçant à réfléchir sur leur savoir (**Mitchell, 2005<sup>15</sup>**).

### **III. RESULTATS**

L'enquête par sondage d'opinion a sorti des résultats sur les acquis des jeunes diplômés en matière d'entrepreneuriat pendant leurs parcours universitaires. L'analyse de ces données avec celle évaluant le degré de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés malgaches permet d'évaluer l'impact de ces parcours universitaires sur le degré de l'intention entrepreneuriale des jeunes à la fin de leurs études.

L'université est aujourd'hui interpellée pour devenir un acteur clé du développement en produisant un savoir utile et faire émerger un esprit entrepreneurial. L'esprit d'entreprise se réfère à l'aptitude d'un individu de passer des idées aux actes et il constitue donc une compétence clé pour tous puisqu'il aide les jeunes à être plus créatifs et à avoir davantage confiance en eux dans tout ce qu'ils entreprennent.

#### **3.1 Spécificités des parcours universitaires en matière d'entrepreneuriat**

L'enseignement de l'entrepreneuriat est défini comme le transfert de connaissances sur le comment, par qui et avec quels effets, un entrepreneur potentiel crée une entreprise afin de créer de valeur nouvelle.

L'analyse des opinions des jeunes sortants des universités ou des instituts supérieurs privés et publics concernant les programmes de formation, les sensibilisations et l'expérience en termes d'entrepreneuriat montre de certaines dispersions d'idées quant à l'effectivité de ces dernières.

##### **3.1.1 Les programmes de formation**

Selon le tableau 1, d'une manière générale, plus d'un jeune diplômé sur deux (52,7%) enquêtés déclarent être assez d'accord d'avoir été imprégnés d'une manière ou d'une autre par les enseignants-formateurs et autres intervenants sur l'entrepreneuriat pendant leur formation supérieure. 68,5% d'entre-eux avouent même recevoir des cours sur l'entrepreneuriat. Il est à remarquer que cette imprégnation en entrepreneuriat dans le monde universitaire selon un peu moins de 70% des opinions se manifeste soit par le contenu du cours, soit par la connectivité de la discipline enseignée à l'entrepreneuriat soit même par implication directe des apprenants aux activités entrepreneuriales<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> **Battistelli**, « *Les facteurs psychosociaux de l'intention entrepreneuriale* », une recherche chez les étudiants universitaires de différents pays, 2001.

<sup>15</sup> **Mitchell et al.**, « *Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness* », Journal of Business Venturing 2002.

<sup>16</sup> La dépendance des opinions des répondants à travers les différentes rubriques d'évaluation de la formation entrepreneuriat en milieu universitaire est très significative.  $\chi^2 = 871,85$ , ddl = 12, 1-p = >99,99%.

Tableau 1 : Programmes de formation et entrepreneuriat

Opinions Programmes de formation et entrepreneuriat	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Assez d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord	TOTAL
ENTREPRENEURIAT COMME DISCIPLINE	8,0%	8,0%	7,6%	68,5%	8,0%	100%
CONTEXTE LOCAL DANS LES COURS	8,8%	6,8%	68,9%	7,2%	8,4%	100%
CONNECTIVITE COURS/ENTREPRENARIAT	6,4%	7,0%	69,7%	8,0%	9,0%	100%
ENSEIGNANT ET ENTREPRENARIAT	8,2%	8,2%	69,7%	7,8%	7,2%	100%
Ensemble	8,1%	7,7%	52,7%	22,9%	8,6%	100%

Source : Auteurs, 2022

### 3.1.2 L'expérience vécue en termes d'entrepreneuriat dans le milieu universitaire

En ce qui concerne les expériences vécues en entrepreneuriat lors de leur formation supérieure présentés en tableau 2, la majorité des jeunes diplômés restent encore indécis quant aux pratiques entrepreneuriales que le monde universitaire leur ont inculqué. Plus de 6 répondants sur 10 soit exactement 63,6% avouent être assez d'accord de l'existence de telles opportunités de pratiques.

Ils sont recensés à un peu moins de 70% à révoquer leurs opinions assez indécises en déclarant en être également assez d'accord de l'existence de visite d'entreprise ou de concours entrepreneurial voire même des recherches en entrepreneuriat dans les disciplines de formation<sup>17</sup>.

Tableau 2 : Expériences en entrepreneuriat en milieu universitaires

Opinions Expériences vécues en entrepreneuriat en milieu universitaire	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Assez d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord	TOTAL
ELABORATION DE PROJET	8,4%	6,6%	52,4%	25,7%	7,0%	100%
CONCOURS ENTREPRENARIAT	8,0%	8,6%	67,1%	9,4%	7,0%	100%
VISITE D'ENTREPRISE	7,0%	6,2%	66,7%	12,4%	7,8%	100%
RECHERCHE EN ENTREPRENARIAT	6,8%	9,8%	68,1%	7,4%	8,0%	100%
Ensemble	7,5%	7,8%	63,6%	13,7%	7,4%	100%

Source : Auteurs, 2022

<sup>17</sup> La dépendance des opinions des répondants relatives aux volets d'expériences en entrepreneuriat est très significative.  $\chi^2 = 95,58$ , ddl = 12, 1-p = >99,99%.

Une étude concernant l'insertion professionnelles des étudiants de l'université d'Antananarivo<sup>18</sup> affirme qu'une certaine discordance ou déphasage pour la synchronisation ou l'harmonisation, voir la projection des acquis théoriques dans le monde professionnel. Arrivés au terme de leurs études, les stages en entreprise restent une activité la plus prisée par des étudiants. Les projets initiés dans leur mémoire de fin d'études se terminent dans des archives universitaires et ne sont pas réalisés pour diverses raisons : non maîtrise du Business plan, le problème de financement, absence de coaching ou de parrainage, manque de suivi, manque de culture entrepreneuriale.

### 3.1.3 Les sensibilisations à l'entrepreneuriat

Le passage de l'individu dans le monde de l'entrepreneuriat se fait par un contact avec d'autres entrepreneurs qui montrent le chemin à suivre dans les démarches de création en cultivant un sens de l'entrepreneuriat dans la socialisation et sachant que donner l'exemple fait partie des moyens principaux d'influencer les autres.

Force est alors de constater dans e tableau 3, les accords effectifs exprimés sur les expériences vécues des jeunes diplômés qu'en matières d'acte de sensibilisation lors de leur formation. Un peu plus de 67% à 70% déclarent en effet l'existence des ateliers ou d'invitation d'entrepreneur voire même la réalisation de partenariat avec des opérateurs ou acteurs économiques de la capitale concoctés par les responsables et dirigeants des établissements supérieurs pendant leur cursus universitaires. La dépendance entre les opinions des jeunes diplômés quant aux actes de sensibilisation à l'entrepreneuriat est jugée très significative d'après le test de chi-deux d'indépendance<sup>19</sup>.

Tableau 3 : Actes de sensibilisation entrepreneuriat

Opinions Actes de sensibilisation	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Assez d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord	TOTAL
ATELIERS	8,8%	6,6%	6,1%	70,0%	8,4%	100%
CONFERENCE	7,8%	8,4%	8,8%	67,9%	7,2%	100%
INVITATION ENTREPRENEUR	8,8%	7,0%	8,2%	68,3%	7,8%	100%
PARTENARIAT	6,8%	10,2%	67,3%	7,0%	8,8%	100%
Ensemble	8,0%	8,0%	22,9%	53,1%	8,0%	100%

Source : Auteurs, 2022

### 3.1.4 Les acquis pendant le parcours universitaire

Globalement, 55,6% des jeunes diplômés enquêtés reconnaissent avoir bénéficiés des acquis élevés voire très élevés en matière d'entrepreneuriat lors de leur formation universitaires. En outre, au regard des statistiques présentées dans le tableau 4, issues de l'analyse des opinions des sortants des universités sur les diverses composantes des actes entrepreneuriales en milieu universitaires, un peu plus de 75% admettent avoir également capitalisés de façon élevé ou très élevés en matière d'entrepreneuriat à l'issu de leurs programmes de formation ou de sensibilisation des disciplines fournies<sup>20</sup>. Néanmoins, les expériences vécues et les accompagnements offerts dans le monde universitaire n'ont pu apporter que des acquis moyens dans la démarche entrepreneuriale des apprenants selon toujours les dires des jeunes diplômés plus exactement les 66,5% et les 68,3% des répondants<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> **RANDRIANIRINA Anjarasoa Mamilalaina**, « *L'intention entrepreneuriale, un vecteur d'insertion professionnelle : cas des jeunes diplômés de l'Université d'Antananarivo* », 2016.

<sup>19</sup> chi2 = 855,16, ddl = 12, 1-p = >99,99%.

<sup>20</sup> Tableau 20 en annexe

<sup>21</sup> La dépendance des opinions des enquêtés aux composants d'acquisition de disciplines sur l'entrepreneuriat est très significative. chi2 = 985,43, ddl = 12, 1-p = >99,99%.

Si de nombreux éléments et circonstances contribuent au succès entrepreneurial, il est particulièrement important d'avoir les qualifications et compétences requises pour identifier et saisir les opportunités, reconnaître à temps les obstacles et réagir aux échecs. Il est primordial dans ce sens de s'accoutumer très tôt avec l'idée que diriger sa propre entreprise est un choix de métier et que l'éducation a un rôle fondamental.

A cet effet, les résultats de nos analyses résumés dans le tableau ci-après font ressortir d'une manière générale, les effets ou influences de la démarche de vulgarisation de l'entrepreneuriat adoptée en milieu universitaire notamment le programme de formation, les expériences inculquées, la sensibilisation et l'accompagnement en matière entrepreneuriale.

Tableau 4 : Les effets des parcours universitaires sur le comportement des jeunes diplômés

Impact	Opinions Types d'apports dans le parcours	Très négative	Négative	Neutre	Positive	Très positive	TOTAL
PERSONALIT E	PROGRAMME	7,4%	7,8%	7,8%	69,3%	7,8%	100%
	EXPERIENCES	7,6%	8,4%	10,6%	66,7%	6,8%	100%
	SENSIBILISATION	8,6%	8,8%	7,4%	68,1%	7,2%	100%
	ACCOMPAGNEMENT	6,6%	8,0%	6,6%	67,9%	11,0%	100%
	Ensemble	7,5%	8,2%	8,1%	68,0%	8,2%	100%
ESPRIT ENTREPRISE	PROGRAMME	5,6%	9,4%	9,2%	67,5%	8,4%	100%
	EXPERIENCES	9,0%	8,0%	52,6%	21,9%	8,6%	100%
	SENSIBILISATION	7,4%	9,0%	7,4%	68,1%	8,2%	100%
	ACCOMPAGNEMENT	9,0%	8,2%	7,2%	67,9%	7,8%	100%
	Ensemble	7,7%	8,6%	19,1%	56,4%	8,2%	100%
MOTIVATIO N	PROGRAMME	8,0%	9,4%	9,0%	66,9%	6,8%	100%
	EXPERIENCE	9,6%	5,8%	9,6%	68,5%	6,6%	100%
	SENSIBILISATION	7,2%	7,6%	9,8%	68,7%	6,8%	100%
	ACCOMPAGNEMENT	7,0%	8,8%	7,4%	67,9%	9,0%	100%
	Ensemble	7,9%	7,9%	8,9%	68,0%	7,3%	100%
ENGAGEME NT	PROGRAMME	8,4%	8,2%	7,2%	8,6%	67,7%	100%
	EXPERIENCE	7,8%	7,0%	53,2%	23,1%	9,0%	100%
	SENSIBILISATION	8,2%	7,4%	7,8%	67,1%	9,6%	100%
	ACCOMPAGNEMENT	6,0%	9,0%	8,4%	67,7%	9,0%	100%
	Ensemble	7,6%	8,1%	19,1%	41,4%	23,8%	100%

Source : Auteurs, 2022

D'une manière générale les effets des parcours universitaires sur la personnalité des jeunes diplômés sont jugés positifs par les 68% des enquêtés. En outre, environ les mêmes pourcentages des répondants déclarent les impacts positifs de leur formation et

expériences vécues ainsi que la sensibilisation et l'accompagnement offerts en milieu universitaires sur la personnalité des jeunes diplômés.

Les constats positifs des différents types d'approches des établissements supérieurs dans leur démarche entrepreneuriale restent valables en ce qui concerne l'impact de ces derniers sur l'esprit d'entreprise des sortants des universités. Plus de 75% d'entre eux ressentent positivement ou très positivement cet état. Toutefois, un peu plus de la moitié des interviewés soit les 52,6% remarquent des apports assez neutre dans leur esprit d'entreprise les expériences vécues pendant la formation supérieure des jeunes diplômés.

En effet, le milieu éducatif est considéré actuellement comme le lieu privilégié pour semer et développer l'esprit d'entreprise. Ceci implique que c'est un caractère que l'on peut acquérir par l'intermédiaire de l'éducation et non un caractère inné chez l'individu, le groupe ou dans une communauté. Quant à la motivation provoquée par les acquis universitaire, 68 % notent généralement des effets positifs. En outre, une répartition homogène des proportions des répondants d'un peu plus de 75% avouent positivement ou très positivement avoir remarqués dans leur motivation, l'influence des programmes de formation, des expériences vécues, la sensibilisation et l'accompagnement des apprenants.

Enfin, il est à noter des statistiques présentées dans le tableau ci-dessus, les effets très positifs constatés par les jeunes diplômés des programmes de formation universitaires qu'ils ont reçue.

L'éducation de l'entrepreneuriat s'avère indispensable afin d'inciter le lancement d'activités innovantes et soutenir une culture favorable à l'entreprise et au développement des petites et moyennes entreprises. Ainsi, 67,7% des déclarants lors de notre enquête par sondage d'opinions s'accordent sur cet apport précieux de programmes de formation dans la démarche entrepreneuriale des jeunes diplômés.

Les actes de sensibilisation et d'accompagnement en matière entrepreneurial adoptés en milieu universitaires ont été également jugé par les 67% des interrogés avoir apporté positivement des effets dans leurs engagements alors que l'impact des expériences vécues restent neutre dans leur engagement selon un peu plus de la moitié ou les 53,2% des jeunes diplômés enquêtés.

### **3.2 Mesure de l'intention entrepreneuriale des jeunes à la fin de leurs parcours universitaires**

L'intention entrepreneuriale donc sa mesure pourrait être ainsi expliquée par certains facteurs à travers la vision, l'esprit d'entreprise, la personnalité, l'engagement à la création d'entreprise et la motivation d'une personne pour effectuer le comportement de création d'entreprise.

Objectivement, notre analyse s'est orientée dans ce sens pour l'évaluation globale ou la mesure de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés.

#### **3.2.1 Vision sur la création d'entreprise**

Selon le tableau 5, seuls 40,3% ont pu en être d'accord ou tout à fait d'accord dans leur vision de création d'entreprise. Un cas appuyé des pourcentages variant de 66% à 68% des répondants qui déclarent en être assez d'accord sur le fait que « devenir entrepreneur » est pour eux une conviction, un but professionnel et une résolution de vie. Cette idée de projet reste toutefois un souhait et une projection de vie à l'avenir selon respectivement les dires des 65,3% et 68,5% des répondants<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> La dépendance des opinions aux éléments de visions des jeunes diplômés sur l'entrepreneuriat est très significative.  $\chi^2 = 1119,06$ ,  $ddl = 16$ ,  $1-p = >99,99\%$ .

Tableau 5: Mesure de la vision sur la création d'entreprise

Opinions Eléments de vision à l'entrepreneuriat	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Assez d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord	TOTAL
CONVICTION	9,6%	7,6%	67,3%	8,4%	7,2%	100%
BUT PROFESSIONEL	7,4%	7,8%	66,7%	8,8%	9,4%	100%
RESOLUTION	8,0%	6,6%	68,1%	11,0%	6,4%	100%
SOUHAIT	8,2%	8,8%	8,2%	65,3%	9,6%	100%
PROJECTION	7,0%	9,8%	7,6%	68,5%	7,2%	100%
Ensemble	8,0%	8,1%	43,6%	32,4%	7,9%	100%

Source : Auteurs, 2022

### 3.3.2 Mesure de l'esprit d'entreprise

L'entrepreneur crée et œuvre pour le maintien et la croissance de son entreprise. Le tracé de son profil ou la définition de son identité ne peuvent être complet sans une évocation de l'esprit d'entreprise. L'esprit d'entreprise est donc un phénomène qui peut revêtir plusieurs formes et qui se présente dans plusieurs contextes (économique, social, ...).

Dans le tableau 6, trois jeunes sur quatre diplômés malagasy interviewés dans notre sondage jugent leur niveau d'esprit d'entreprise élevé ou très élevé. Ces idées sont soutenues de par leur capacité d'imagination, de prise de responsabilité, d'innovation, d'organisation et du degré d'opportunisme jugée également élevée par plus de la majorité d'entre-deux, bien que la prise de risque, un facteur fondamental dans l'esprit d'entreprise qui est rationnellement présent dans tout projet, quel que soit l'activité ou le secteur visé, et est une conséquence évidente de l'incertitude dans laquelle baigne chaque projet, expriment globalement le degré de probabilité attaché à l'échec, est faible ou absente chez les sortants des enseignements supérieurs car 69,9% avouent cette inconvenance<sup>23</sup>.

Tableau 6 : Mesure de l'esprit d'entreprise

Opinions Eléments de mesure de l'esprit d'entreprise	Très faible	Faible	Moyen	Elevée	Très élevée	TOTAL
PRISE DE RISQUE	7,4%	69,9%	7,0%	10,0%	5,8%	100%
IMAGINATION	8,0%	7,8%	8,2%	68,3%	7,8%	100%
RESPONSABILITE	9,4%	18,9%	7,8%	57,0%	7,0%	100%
INNOVATION	7,8%	7,6%	22,1%	53,2%	9,4%	100%
ORGANISATION	10,4%	7,4%	5,4%	68,1%	8,8%	100%
OPPORTUNISME	8,4%	7,2%	9,4%	68,5%	6,6%	100%
Ensemble	8,5%	19,8%	18,2%	46,0%	7,5%	100%

Source : Auteurs, 2022

<sup>23</sup> La dépendance des opinions aux éléments d'esprit d'entreprise des jeunes diplômés sur l'entrepreneuriat est très significative.  $\chi^2 = 1821,41$ ,  $ddl = 20$ ,  $1-p = >99,99\%$ .

### 3.3.3 Personnalité favorisant l'entreprenariat

Un entrepreneur est celui qui saisit les occasions et les opportunités que présente son environnement. Les caractéristiques personnelles jouent un rôle très important. Les caractéristiques de la personnalité d'un entrepreneur sont variées et se rapportent d'une manière ou d'une autre à la passion, la confiance en soi ou l'optimisme et la prise de risque ou l'audace, l'ambition et la détermination évoquant la motivation, le goût du challenge et le leadership exprimant la créativité.

En se basant sur ces traits particuliers de la personnalité des individus, notre étude a mis en évidence d'après les résultats du test de chi-deux d'indépendance que ces caractéristiques affectent les opinions des jeunes diplômés sur les portées de ces dernières dans leurs intentions entrepreneuriales. Des faits qui traduisent le niveau élevé de la passion ou l'optimisme voire l'audace et la créativité dans l'idée de devenir entrepreneur de la majorité ou plus exactement les quelques 68% des répondants<sup>24</sup>.

Tableau 7 : Personnalité favorisant l'intention

Opinions Traits de personnalité affectant l'intention entrepreneuriale	Très faible	Faible	Moyen	Elevée	Très élevée	TOTAL
PASSION	8,6%	7,4%	7,2%	68,1%	8,8%	100%
OPTIMISME	8,8%	7,0%	7,4%	68,5%	8,4%	100%
AUDACE	5,8%	9,0%	6,8%	68,9%	9,6%	100%
CREATIVITE	7,0%	8,0%	6,8%	63,9%	9,4%	100%

Source : Auteurs, 2022

### 3.3.4 Engagement à la création d'entreprise

L'engagement dans la création d'entreprise est un rapport complexe dans laquelle figurent des dispositions familiales, des entourages relationnels, des « choix de vie », des situations professionnelles, des contextes sectoriels ou géographiques. Il y a également la question importante du risque professionnel, financier, personnel.

D'une manière générale, notre étude a fait ressortir dans le tableau 8, qu'en termes d'engagement à la création d'entreprise, plus d'un diplômé sur deux, soit les 53,3% des interviewés, déclarent s'étoffer d'un engagement élevé dans l'idée de création d'entreprise.

Un peu moins de 70% d'entre eux avouent même lors de notre entretien par sondage d'opinions avoir de certains enthousiasmes, de compétences et de confiance en soi élevé. Néanmoins, cet élan semble être freiné par leur capacité selon les dires des 70,1% qui jugent en avoir de moyenne aptitude<sup>25</sup>.

Tableau 8 : Mesure de l'engagement

Opinions Critères de réalisation de projet en termes de :	Très faible	Faible	Moyen	Elevée	Très élevée	TOTAL
CAPACITE	7,6%	7,2%	70,1%	8,4%	6,8%	100%
ENTHOUSIASME	7,6%	8,6%	9,2%	66,9%	7,8%	100%
COMPETENCE	9,6%	6,6%	7,0%	68,1%	8,8%	100%
CONFIANCE	7,6%	6,0%	8,4%	69,9%	8,2%	100%
Ensemble	8,1%	7,1%	23,7%	53,3%	7,9%	100%

Source : Auteurs, 2022

<sup>24</sup> La dépendance n'est pas significative.  $\chi^2 = 835,84$ ,  $ddl = 12$ ,  $1-p = >99,99\%$ .

<sup>25</sup> La dépendance des opinions en ces critères est très significative.  $\chi^2 = 871,42$ ,  $ddl = 12$ ,  $1-p = >99,99\%$ .

### 3.3.5 Motivation à entreprendre

La motivation de devenir entrepreneur selon la théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen, l'action d'un individu est déterminée par sa motivation d'adopter le comportement. La motivation étant l'ensemble des éléments qui guident l'action d'un individu vers un but donné voire la réussite et amène sa conduite provoquant chez la personne un désir de vouloir atteindre un but.

Le tableau 9 évoque les opinions selon différents critères la motivation des enquêtées.

Force est de constater avant tout dans les statistiques du tableau que la motivation à l'idée d'entreprendre est avant tout générée par un besoin d'autonomie et d'accomplissement de jeunes diplômés des fait répondant selon Crozier, qu'un individu dans sa nature est un être égoïste qui cherche toujours ses propres intérêts. Ils sont respectivement de l'ordre de 68,3% à déclarer en être d'accord et 66,9% totalement d'accord de ces critères de motivation<sup>26</sup>.

Tableau 9 : Motivation à entreprendre

Opinions Critères de motivation	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Assez d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord	TOTAL
ACCOMPLISSEMENT PERSONNEL	7,2%	7,6%	9,6%	8,8%	66,9%	100%
BESOIN D'AUTONOMIE	8,6%	6,6%	9,4%	7,2%	68,3%	100%
FAMILIALE	7,0%	8,8%	6,0%	69,1%	9,2%	100%
FINANCIERE	7,4%	8,2%	9,2%	68,9%	6,4%	100%
Ensemble	8,0%	7,8%	8,8%	37,7%	37,7%	100%

Source : Auteurs, 2022

La raison familiale mais aussi la raison financière ont été également évoquées en commun en accord par un peu moins de 70% des jeunes sortants des universités et instituts supérieurs privés et publics de la capitale comme des critères de motivation à entreprendre. Ces tendances d'opinions se justifient entre autres par le fait que dans la société africaine et malgache, la famille est avant tout considérée comme le premier apporteur de capitaux, et ce, dans différentes disciplines des sciences humaines et sociales.

## IV. DISCUSSION

La démarche de validation de notre hypothèse se procède en 3 étapes.

- En premier lieu, nous abordons l'influence du parcours universitaire sur l'esprit d'entreprise afin de pouvoir évaluer exactement la portée des 3 indicateurs qui marquent concrètement l'esprit d'entreprise des jeunes diplômés. 9 items ont été en tout utilisés donc 6 pour l'étude de l'influence du parcours universitaire sur l'esprit d'entreprise.

Les valeurs du coefficient d'Alpha de Cronbach sur la fiabilité des 2 groupes d'items respectivement égales à 0,734 et 0,730, toutes supérieures à 0,7 traduisent la fiabilité des items pour la mesure de ces deux variables.

Aucune suppression de l'un des items ne permettent d'améliorer les valeurs de ces indicateurs aussi bien pour le premier groupe d'items que le second groupe<sup>27</sup>.

<sup>26</sup> La dépendance des opinions des jeunes diplômés aux critères de motivation est très significative.  $\chi^2 = 960,69$ ,  $ddl = 12$ ,  $1-p = >99,99\%$

<sup>27</sup> Voir en annexe le tableau des coefficients de Alpha de Cronbach en cas de suppression des items.

Tableau 10 : Statistiques de fiabilité des items de mesure de l'influence du parcours universitaire sur l'esprit d'entreprise et la mesure de l'esprit d'entreprise

Groupe d'items	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
l'influence du parcours universitaire sur l'esprit d'entreprise	,634	3
Mesure de l'esprit d'entreprise	,530	6

Source: Auteurs, 2022

Par ailleurs, les différences significatives entre les opinions des répondants relatives aux items des deux groupes sont évoquées dans le tableau 11 présentant l'ANOVA avec des valeurs des p-values inférieures à 0,05.

Tableau 11 : ANOVA des Items de mesure de l'influence des parcours universitaires sur l'esprit d'entreprise et l'esprit d'entreprise en lui même

Items de mesure de l'esprit d'entreprises		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Entre personnes		1114,346	501	2,224		
Intra-population	Entre éléments	93,079	6	15,513	19,042	,000
	Résidus	2448,921	3006	,815		
	Total	2542,000	3012	,844		
Total		3656,346	3513	1,041		
Items de mesure de l'influence des parcours universitaires sur l'esprit d'entreprise		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Entre personnes		573,392	501	1,144		
Intra-population	Entre éléments	671,644	3	223,881	195,700	,000
	Résidus	2495,522	2505	,996		
	Total	3167,167	2510	1,262		
Total		3740,559	3011	1,242		

Source: Auteurs, 2022

Les 9 items retenus permettent bien l'analyse de corrélation entre les variables principales influences du parcours universitaires des sortants des universités sur l'esprit d'entreprise de ces derniers.

Tableau 12 : Matrice de corrélation entre les items de l'influence du parcours universitaire sur l'esprit d'entreprise et les items de mesure de l'esprit d'entreprise.

Influence du parcours		Projet ou Souhait		Degré			Capacité			
Influence du parcours universitaire sur l'esprit d'entreprise en matière de		Démarrer une entreprise un jour	Création d'entreprise dans les cinq ans après l'obtention du diplôme	Imagination	Responsabilité	Opportunisme	Innovation	Organisation	Prise des risques	
										Programmes de formation
		Spearman	,211**	,215**	,203**	,083	,102*	,115**	,213**	-,024*
Sensibilisations	Corrélation	Pearson	,205**	,273**	,323**	,091*	,284**	,211**	,180**	-,136**
		Spearman	,156**	,205**	,245**	,073	,206**	,115**	,088*	-,096*
Expériences acquises	Corrélation	Pearson	,344**	,252**	,293**	,026	,187**	,178**	,263**	-,105*
		Spearman	,270**	,209**	,196**	,022	,138**	,125**	,230**	-,064

Source: Auteurs, 2022

De prime à bord, par la lecture des valeurs des coefficients de corrélation de Pearson et de Spearman du tableau de corrélation en tableau 12, où les «\*», exprime la significativité des dépendances au niveau 0,05 (bilatéral) et «\*\*», au niveau 0,01 (bilatéral), nous remarquons l'influence globale du parcours universitaire des jeunes diplômés, évoqués par leur formation, la sensibilisation et les expériences acquises sur leur esprit d'entreprise marqué entre autres par leur projet ou souhait de créer une entreprise, leur degré d'imagination, d'opportunisme et d'innovation ainsi que leur capacité d'innovation et d'organisation, à l'exception de la prise de responsabilité où les valeurs des coefficients de corrélation de Pearson et de Spearman sont identiques à 0,83 ne sont marquées des «\*».

Un résultat traduit le fait que le parcours universitaire des répondants peut aussi bien assuré les sens de responsabilité de ces derniers que leur promiscuité.

Les valeurs positives des coefficients de corrélation évoquent d'emblée que plus est l'influence du parcours universitaire ressentie par les jeunes diplômés sur leur esprit d'entreprise plus les actes marquant cet esprit d'entreprise proprement dit forge le comportement de ces jeunes.

Toutefois, les pondérations négatives aux valeurs des coefficients de corrélation entre les 3 indicateurs de l'influence du parcours universitaires sur l'esprit d'entreprise à la capacité de prise de risque des sortants des universités traduisent l'assurance de ces derniers en matière d'acte entrepreneurial.

En effet plus sont les acquis en milieu universitaire impactant l'esprit d'entreprise des jeunes diplômés déclenchant leur enthousiasme à la création d'entreprise, moins ils se sentent non touchés par les problèmes de prise de risque. Des faits expliquant que les jeunes sortants des universités n'ont pas eu trop d'expériences pratiques et ignorent à cet effet le revers des actes non réfléchis.

- En second lieu de la démarche de validation de notre hypothèse 2, nous analysons l'influence du parcours universitaire des jeunes diplômés sur leur personnalité afin de mieux expliquer les critères marquant concrètement la personnalité notamment la passion, l'optimisme, l'audace et la créativité dans l'intention entrepreneuriale de ces derniers. 8 items en tout on fait l'objet de cette démonstration dont 4 se rapportant à l'influence du parcours universitaire à la personnalité et 4 pour les traits de personnalité traduisant l'intention entrepreneuriale.

Tableau 13 : Statistiques de fiabilité Items de mesure de des critères de personnalité issus du parcours universitaire

Groupe d'items de mesure	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
Critères de personnalité issus du parcours universitaire	,728	4
Critères de la personnalité sur l'intention entrepreneuriale	,708	4

Source : Auteurs, 2022

Les valeurs, toutes supérieures à 0,7, du coefficient de Alpha de Cronbach affichées dans le tableau 14 assurent la fiabilité des 8 items définis pour procéder aux analyses de corrélation des deux variables principales d'étude à savoir l'influence du parcours universitaire des jeunes diplômés sur leur personnalité et la personnalité proprement dite de ces derniers relative à l'intention entrepreneuriale.

Tableau 14 : ANOVA sur les items de mesure de des critères de personnalité issus du parcours universitaire

Items de mesure de des critères de personnalité issus du parcours universitaire		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Entre personnes		842,985	501	1,683		
Intra-population	Entre éléments	4,966	3	1,655	2,085	,100
	Résidus	1193,284	1503	,794		
	Total	1198,250	1506	,796		
Total		2041,235	2007	1,017		
Items de mesure des critères de la personnalité sur l'intention entrepreneuriale						
Entre personnes		757,335	501	1,512		
Intra-population	Entre éléments	2,173	3	,724	,809	,489
	Résidus	1345,327	1503	,895		
	Total	1347,500	1506	,895		
Total		2104,835	2007	1,049		

Source : Auteurs, 2022

Il est à noter à l'issu de notre analyse de fiabilité de ces deux groupes d'items qu'aucune effacement de quoi que ce soit de l'un des items du groupe n'a permis d'augmenter voir d'améliorer le niveau de fiabilité des items définissant les deux groupes<sup>28</sup>.

L'analyse de la variance ou ANOVA menée pour évaluer si des différences significatives existent entre les scores moyens affectés aux opinions des enquêtés concernant d'une part l'influence de leur parcours universitaire à leur personnalité et d'autre part, les traits de personnalité alimentant leur intention entrepreneuriale affichent des p-values significatifs qui notent le fait que chaque item de mesure utilisé permet bien de distinguer de ce que les acquis en milieu universitaire entre autre les formations proprement dites, les sensibilisations voire les engagement dans l'entrepreneuriat simule les traits de personnalité des jeunes diplômés envers leur intention entrepreneuriale.

En outre, au regard de la matrice de corrélation en tableau 15 qui présente les valeurs des coefficients de corrélation de Pearson et de Spearman quant aux degrés de dépendance entre les items ou facteurs de mesure de l'impact du parcours universitaire des jeunes diplômés à leur personnalité quant aux traits de personnalité relatifs à la passion, l'optimisme, l'audace et la créativité, envoutés à l'intention entrepreneuriale, nous pouvons voir les effets significatifs marqués grâce aux valeurs étoilées des coefficients qui commentent des dépendances significatives.

Aussi, pouvons-nous dire par ailleurs suite aux signes positifs de tous les coefficients que les acquis académiques des jeunes diplômés renforcent significativement leur personnalité dans leur intention entrepreneuriale. Seulement, il est à noter que les accompagnements bénéficiés par les étudiants en milieu universitaire en matière d'entrepreneuriat, de par les valeurs non étoilées des coefficients de corrélation aussi bien de Pearson que de Spearman ne permettent pas de stimuler de façon univoque, positivement voire négativement la personnalité des jeunes diplômés en faveur de leur intention entrepreneuriale.

Tableau 15 : Matrice de corrélation des critères de personnalité issue de parcours universitaire favorisant l'intention entrepreneuriale

		CRITERES DE PERSONNALITE FAVORISANT L'INTENTION ENTREPRENEURIALE			
ITEMS DE MESURE DES CRITERES DE PERSONNALITE ISSUS DU PARCOURS UNIVERSITAIRE	Coefficient	Comment évaluez-vous votre passion concernant l'entrepreneuriat ?	Comment évaluez-vous votre optimisme concernant l'entrepreneuriat ?	Comment évaluez-vous votre audace concernant l'entrepreneuriat?	Comment évaluez-vous votre créativité concernant l'entrepreneuriat ?
Comment évaluez-vous l'influence des programmes de formation pendant les parcours universitaires sur votre personnalité?	Corrélation de Pearson	,171**	,236**	,291**	,212**
	Corrélation de Spearman	,103*	,145**	,243**	,150**
Comment évaluez-vous l'influence des expériences pendant les parcours universitaires sur votre personnalité?	Corrélation de Pearson	,184**	,194**	,201**	,270**
	Corrélation de Spearman	,129**	,123**	,136**	,203**

<sup>28</sup> Voir annexe

Comment évaluez-vous l'influence des sensibilisations pendant les parcours universitaires sur votre personnalité?	Corrélation de Pearson	,237**	,236**	,143**	,288**
	Corrélation de Spearman	,159**	,180**	,104*	,257**
Comment évaluez-vous l'influence des accompagnements des universités en matière d'entrepreneuriat sur votre personnalité?	Corrélation de Pearson	,166**	,227**	,122**	,300**
	Corrélation de Spearman	,077	,148**	,057	,242**

Source : Auteur 2019

Enfin, en troisième lieu, notre analyse s'oriente sur l'impact du parcours universitaire dans l'engagement en matière de sensibilisation et d'accompagnement des jeunes diplômés dans l'acte entrepreneurial. L'utilisation de 6 items de mesure dont 2 pour l'étude de l'impact du parcours universitaire dans l'engagement entrepreneurial et les 4 autres items pour évaluer l'engagement proprement dit des sortants des universités axés sur la capacité et les compétences à réaliser un projet mais également la confiance et l'enthousiasme qu'ils ressentent dans cet élan.

Les valeurs du coefficient d'Alpha de Cronbach respectivement égales 0,703 et 0,738 toutes supérieures à 0,7 confirment la fiabilité de ces 2 groupes d'items à l'analyse de l'impact du parcours universitaire sur l'engagement des jeunes diplômés dans la réalisation d'un projet. Aucune suppression d'item d'un de ces deux groupes ne permet d'augmenter la valeur de cet indicateur de fiabilité.

Tableau 16 : Statistiques de fiabilité des items de mesure de l'impact du parcours universitaire sur l'engagement

Items de mesure	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
Critères d'engagement issu des parcours universitaires	,703	2
Critères d'engagement à la réalisation d'un projet	,738	4

Source : Auteurs, 2022

Par ailleurs, les p-values issu du test de Fisher décrits dans le tableau ANOVA en tableau 17, affichent des valeurs de ,000 qui sont inférieures au risque d'erreur de 0,05 et confirment de ce fait les différences significatives entre les scores moyens affectés aux appréciations ou items évaluant l'impact du parcours universitaire sur l'engagement entrepreneurial des répondants mais d'autre part, l'engagement même de ces derniers dont leurs intention entrepreneuriale.

Tableau 17 : ANOVA items d'étude engagement issu du parcours universitaire à la réalisation d'un projet

critères d'engagement issu des parcours universitaires		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Entre personnes		721,921	501	1,441		
Intra-population	Entre éléments	254,009	1	254,009	196,541	,000
	Résidus	647,491	501	1,292		
	Total	901,500	502	1,796		
Total		1623,421	1003	1,619		

Items de mesure des critères d'engagement à la réalisation d'un projet		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
Entre personnes		644,819	501	1,287		
Intra-population	Entre éléments	144,420	3	48,140	56,468	,000
	Résidus	1281,330	1503	,853		
	Total	1425,750	1506	,947		
Total		2070,569	2007	1,032		

Source : Auteurs, 2022

Quant à la matrice de corrélation évoquant les liens entre les différents items qui décrivent globalement l'impact du parcours universitaire sur l'engagement et l'engagement proprement dit des jeunes diplômés sur leur intention entrepreneuriale nous permet d'évoquer tout d'abord d'après les valeurs des coefficients de corrélation de Pearson et de Spearman étoilées dans le tableau que l'influence acquise de la sensibilisation et de l'accompagnement sur l'engagement entrepreneurial en milieu universitaire cultivent de la confiance en soi à ces derniers dans leur projets.

Tableau 18 : Matrice de corrélation des items de mesure des critères d'engagement influencés par le parcours universitaires sur l'engagement en termes de réalisation d'un projet

ITEMS DE MESURE DES CRITERES D'ENGAGEMENT INFLUENCES PAR LE PARCOURS UNIVERSITAIRES	Coefficient	CRITERES D'ENAGEMENT SUR LA REALISATION D'UN PROJET			
		138-Comment évaluez-vous votre capacité à réaliser un projet ?	139-Comment évaluez-vous votre enthousiasme à réaliser un projet?	140-Comment évaluez-vous votre compétence à réaliser un projet?	141-Comment évaluez-vous votre confiance en vos projets ?
I10-Comment évaluez-vous l'influence des sensibilisations pendant les parcours universitaires sur votre engagement à entreprendre?	Corrélation de Pearson	-,008	,382**	,332**	,336**
	Coefficient de Spearman	-,001	,392**	,291**	,317**
I11-Comment évaluez-vous l'influence des accompagnements des universités en matière d'entreprenariat sur votre engagement à entreprendre?	Corrélation de Pearson	-,045	,058	-,025	,091*
	Coefficient de Spearman	-,039	,007	-,056	,091*

Source : Auteurs, 2022

L'engagement influencé par les sensibilisations capitalisées dans les parcours universitaires apportent davantage également de compétences et d'enthousiasme pour les jeunes diplômés futurs promoteurs de projets. Nonobstant, ces sensibilisations de par les valeurs de coefficients de corrélation assignent ne pas pouvoir de façon univoque la capacité des sortants des universités à réaliser un projet.

En ce qui concerne la corrélation entre l'influence des accompagnements des universités sur l'engagement à entreprendre, force est de constater par les valeurs des coefficients non étoilées que ces accompagnements en milieu universitaire ne peuvent assurer ni les capacités ni les compétences ni l'enthousiasme des jeunes diplômés à réaliser leur projet.

## V. CONCLUSION

En résumé, l'incitation à l'entrepreneuriat est déjà incluse dans programmes de formation des universités malgaches, pourtant la pédagogie se limite aux formations théoriques. Les failles en matière d'expérimentation et de sensibilisation sont reflétées dans le degré d'intention entrepreneuriale des jeunes à la fin de leurs parcours universitaires. Malgré cela, la formation en entrepreneuriat permet d'améliorer la perception de l'étudiant concernant sa capacité à réussir en tant qu'entrepreneur. Elle permet effectivement de favoriser leur personnalité relative à l'acte d'entreprendre. Les sensibilisations en matière d'entrepreneuriat ont aussi développé leurs confiances et enthousiasmes qui caractérisent leurs degrés d'engagement. Ceci n'est le plus souvent possible que lorsque la personne possède effectivement des compétences sur lesquelles s'appuyer. Ces informations expliquent l'impact des acquis pendant les parcours universitaires sur l'intention des jeunes diplômés.

## REFERENCES

- [1] **Ajzen**, "*The theory of planned behaviour. Organizational Behavior and Human Decision Processes*", 1991.
- [2] **Battistelli**, « *Les facteurs psychosociaux de l'intention entrepreneuriale* », une recherche chez les étudiants universitaires de différents pays, 2001.
- [3] **Bruyat**, « *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation* », Thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble 1993.
- [4] **Fayolle**, "*Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology*", 2006.
- [5] **Gibb**, "Can We Build Effective Entrepreneurship Through Management Development ?", *Journal of General Management*, summer, 1989.
- [6] **Julien et Marchesnay**, « *L'entrepreneuriat* », Paris, Economica 1996.
- [7] **Krueger**, "*Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. Entrepreneurship and Regional Development*", 1993.
- [8] **Mitchell et al.**, « *Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness* », *Journal of Business Venturing* 2002.
- [9] **Rasmussen et Sorheim**, « *Action-based entrepreneurship education. Technovation* », 2006.
- [10] **Saporta et Verstraete**, « *Réflexion sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en Sciences de Gestion dans les universités françaises* ». *Revue de Gestion*, vol.17, 2000.
- [11] **Shapero et Sokol**, "*The social dimensions of entrepreneurship*", *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, chap. IV 1982.
- [12] **Tounés**, « *L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français* », *Revue des Sciences de gestion*, 2003.
- [13] **Verstraete**, "*Entrepreneuriat: modélisation du phénomène*", *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.1, no 1, 2001.

ANNEXES

Tableau 19: Les acquis en matière entrepreneuriat

Opinions	Très faibles	Faibles	Moyens	Elevés	Très élevés	TOTAL
Les acquis en matière d'entrepreneuriat issus :						
DES PRORAMMES DE FORMATION	8,2%	8,0%	7,6%	67,9%	8,4%	100%
DES EXPERIENCES	8,2%	7,6%	66,5%	8,0%	9,8%	100%
DES SENSIBILISATIONS	7,6%	8,4%	8,6%	68,3%	7,2%	100%
DES ACCOMPAGNEMENTS	9,8%	9,0%	68,3%	5,0%	8,0%	100%
Ensemble	8,4%	8,2%	37,7%	37,3%	8,3%	100%

Source : Auteurs, 2022