

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

L'INTENTION D'ENTREPRENDRE DES ÉTUDIANTES ET ÉTUDIANTS MALGACHES

MÉMOIRE PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA
MAÎTRISE EN SCIENCES DE LA GESTION

PAR
VOLOLONIAINA SAROBIDY RATOVO

DÉCEMBRE 2025

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire, de cette thèse ou de cet essai a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire, de sa thèse ou de son essai.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire, cette thèse ou cet essai. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire, de cette thèse et de son essai requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

École de gestion

L'INTENTION D'ENTREPRENDRE DES ÉTUDIANTES ET ÉTUDIANTS MALGACHES

VOLOLONIAINA SAROBIDY RATOVO

Maîtrise en sciences de la gestion (1865), spécialité Entrepreneuriat et gestion des PME

Ce mémoire a été supervisé par les personnes suivantes :

ÉTIENNE ST-JEAN

Directeur de recherche

Ce mémoire a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

ÉTIENNE ST-JEAN

Directeur de recherche

SIBA THÉODORE KOROPOGUI

Évaluateur

DIANE GAGNÉ

Évaluatrice externe (provenant d'un autre département que le directeur de recherche)

SOMMAIRE

Le présent mémoire s'inscrit dans le champ de recherche en entrepreneuriat, en explorant les déterminants de l'intention d'entreprendre des étudiants et étudiants malgaches. Cette recherche s'inscrit dans le cadre du projet Jeunesse Malagasy Compétente au Travail (JMCT), une initiative de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR) et de l'Agence Universitaire Francophone (AUF), axée sur l'employabilité des jeunes. L'objectif est de fournir des éclairages aux institutions et décideurs pour ajuster leurs programmes de sensibilisation et de soutien à l'entrepreneuriat. Les objectifs poursuivis sont de quantifier et de vérifier les relations d'influence entre l'attitude entrepreneuriale, les normes subjectives, l'auto-efficacité entrepreneuriale, les obstacles endogènes perçus, les obstacles exogènes perçus et l'intention d'entreprendre, tout en portant une attention particulière à l'effet modérateur du genre sur ces relations. La méthodologie adoptée est de nature quantitative, s'inscrivant dans une posture épistémologique positiviste et un raisonnement hypothético-déductif. Les données utilisées sont secondaires, issues d'une enquête transversale menée auprès d'étudiantes et étudiants provenant de neuf établissements d'enseignement à Madagascar, partenaires du projet JMCT. Les instruments de recherche sont des échelles de mesure validées, adaptées pour évaluer l'intention d'entreprendre, l'attitude entrepreneuriale, les normes subjectives, l'auto-efficacité entrepreneuriale, les obstacles endogènes perçus et les obstacles exogènes perçus. Les analyses statistiques ont été réalisées avec le logiciel *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), incluant des analyses d'homogénéité (alpha de Cronbach, variance expliquée, validité convergente et discriminante), des régressions multiples pour évaluer les relations entre variables, et des analyses multi-groupes pour tester l'effet modérateur du genre. Les résultats indiquent que l'attitude entrepreneuriale, les normes subjectives, et l'auto-efficacité entrepreneuriale influencent positivement et significativement l'intention d'entreprendre. À l'inverse, les obstacles

endogènes perçus et les obstacles exogènes perçus exercent une influence négative et significative. L'analyse multigroupe met en lumière des spécificités de genre concernant l'influence des obstacles endogènes perçus. Les résultats révèlent une différence dans l'effet de ces facteurs sur l'intention d'entreprendre chez les hommes et chez les femmes, avec une incidence plus marquée chez les hommes. Cette observation contraste avec les attentes concernant d'autres hypothèses de modération liées au genre, où aucune disparité significative n'a été identifiée. Sur le plan académique, cette étude contribue à la littérature en explorant le phénomène de l'intention d'entreprendre dans un contexte africain. Elle examine également l'influence du genre sur cette intention, une dimension pertinente compte tenu de la forte présence des femmes sur le marché du travail malgache et des disparités en matière d'emploi. Le concept de genre est abordé comme une construction sociale et culturelle des perceptions du masculin et du féminin. L'enjeu managérial réside dans la compréhension des leviers permettant de catalyser une transition vers un entrepreneuriat d'opportunité. Comprendre les facteurs qui influencent l'intention d'entreprendre devient primordial pour les organisations de soutien et le gouvernement malgache afin d'ajuster leurs dispositifs. Ces contributions éclairent les spécificités contextuelles de l'intention d'entreprendre à Madagascar, en particulier le rôle prépondérant des facteurs sociaux et attitudinaux, et la résilience perçue des femmes face aux obstacles internes. Les conclusions fournissent des recommandations opérationnelles pour les politiques publiques et les programmes de soutien à l'entrepreneuriat des jeunes.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	i
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES ABRÉVIATIONS	vii
REMERCIEMENTS	ix
INTRODUCTION	11
Chapitre 1 : PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE	14
1.1. CONTEXTE	14
1.2. INTÉRÊT DE LA RECHERCHE	17
1.2.1. Intérêt sur le plan managérial.....	17
1.2.2. Intérêt sur le plan académique	20
1.2.3. Objectif de la recherche	22
Chapitre 2 : REVUE DE LA LITTÉRATURE	24
2.1. Concept d'intention	24
2.1.1. Intention d'entreprendre	24
2.1.2. PRINCIPAUX MODÈLES EXPLICATIFS DE L'INTENTION	26
2.2. LIEN ENTRE LES MODÈLES	36
2.3. Facteurs liés au genre	39
2.4. CADRE CONCEPTUEL.....	41
2.4.1. PRÉSENTATION DU MODÈLE CONCEPTUEL.....	41
2.4.2. Hypothèses de recherche	45
Chapitre 3 : METHODOLOGIE DE RECHERCHE	53
3.1. Posture epistemologique de recherche	53
3.2. STRATÉGIE DE RECHERCHE	54
3.2.1 Devis de recherche	54
3.2.2 Méthode de collecte de données	55
3.2.3. Participants	56
3.2.4. Matériel	62

3.2.5 Instruments de mesure.....	63
3.2.6. Méthodes d'analyse	70
chapitre 4 : Résultats.....	78
4.1. Statistiques descriptives	78
4.1.1. Attitude entrepreneuriale	78
4.1.2. Normes subjectives	80
4.1.3. Auto-efficacité entrepreneuriale	80
4.1.4. Obstacles endogènes perçus	81
4.1.5. Obstacles exogènes perçus	84
4.2. Validation du modèle et des hypothèses	84
4.2.1. Analyse d'homogénéité	84
4.2.2. Analyse de régression.....	87
4.2.3. Qualité de l'ajustement du modèle et des données.....	90
4.2.4. Analyse multigroupe.....	91
Chapitre 4 : Discussion.....	98
5.1. Retour sur les hypothèses et les résultats	98
5.1.1. Attitude entrepreneuriale et intention d'entreprendre	98
5.1.2. Normes subjectives et intention d'entreprendre	99
5.1.3. Auto-efficacité entrepreneuriale et intention d'entreprendre.....	100
5.1.4. Obstacles endogènes perçus et intention d'entreprendre	101
5.1.5. Obstacles exogènes perçus et intention d'entreprendre	102
5.2. Contribution théorique	104
5.2.1. Prédominance des facteurs sociaux et attitudinaux à Madagascar.....	104
5.2.2. Nuances de genre : une perspective contre-intuitive.....	105
5.3. Contribution managériale	106
5.4. Limites	109
CONCLUSION	112
RÉFÉRENCES	114
ANNEXE	122

LISTE DES TABLEAUX

Tableau

1	Population totale étudiée.....	57
2	Mesure de l'intention d'entreprendre.....	63
3	Mesure de l'attitude entrepreneuriale.....	65
4	Mesure des normes subjectives.....	66
5	Mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale (McGee et al., 2009).....	67
6	Mesure des obstacles endogènes perçus.....	68
7	Mesure des obstacles exogènes perçus.....	69
8	Identification du genre.....	70
9	Coefficients et statistiques - Analyse de régression du modèle principal.....	75
10	Variantes de l'Indice GoF.....	76
11	Moyenne – Attitude entrepreneuriale.....	79
12	Moyenne – Normes subjectives.....	80
13	Moyenne auto-efficacité entrepreneuriale.....	81
14	Moyenne - Obstacles endogènes perçus.....	83
15	Moyenne - Obstacles exogènes perçus.....	84
16	Analyse d'homogénéité et de validité convergente.....	85
17	Validité discriminante.....	87
18	Résultats du modèle de régression multiple.....	90
19	Qualité de l'ajustement.....	91
20	Résultats pour le groupe des hommes.....	92
21	Résultats pour le groupe des femmes.....	93
22	Différence de moyenne homme-femme.....	96
23	Synthèse des hypothèses.....	103

LISTE DES FIGURES

Figures

1	Modèle repris par Krueger Jr et al. (2000) basé sur le modèle initial de Shapero et Sokol (1982).....	28
2	Modèle librement traduit de la TCP selon Ajzen (1991).....	30
3	Modèle librement traduit de la théorie de Lent et al. (2002).....	36
4	Modèle conceptuel.....	45
5	Répartition de l'âge des répondant·es	60
6	Domaines d'études	61

LISTE DES ABRÉVIATIONS

- AMC** : Affaires Mondiales Canada
- AUF** : Agence Universitaire Francophone
- AVE** : *Average Variance Extracted*
- CEENTRE** : Centre d'Excellence en Entrepreneuriat
- EDBM** : *Economic Development Board of Madagascar*
- ENSOMD** : Enquête Nationale pour le Suivi des indicateurs des Objectifs du Millénaire pour le Développement
- ETVA** : Enquête sur la Transition vers la Vie Active
- GEM** : *Global Entrepreneurship Monitor*
- GoF** : *Goodness-of-fit*
- INSCAE** : Institut National des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises
- INSTAT** : Institut National de la Statistique
- INTH** : Institut National de Tourisme et d'Hôtellerie
- IST-A** : Institut Supérieur de Technologie d'Ambositra
- IST-D** : Institut Supérieur de Technologie d'Antsiranana
- IST-T** : Institut Supérieur de Technologie d'Antananarivo
- JMCT** : Jeunesse Malagasy Compétente au Travail
- LTA** : Lycée Technique d'Ampefiloha
- LTP** : Lycée Technique Professionnel
- LTPGC** : Lycée Technique Professionnel du Génie Civil Mahamasina
- MÉE** : Modèle de la formation de l'Événement Entrepreneurial
- NES** : *National Expert Survey*
- PGE** : Politique Générale de l'État
- RGPH3** : Recensement Général de la Population et de l'Habitation (troisième)
- SPSS** : *Statistical Package for the Social Sciences*
- TAE** : Taux d'Activité Entrepreneuriale
- TCP** : Théorie du Comportement Planifié

TSC : Théorie Socio-Cognitive

TSCC : Théorie Socio-Cognitive de la Carrière

UQTR : Université du Québec à Trois-Rivières

USAID: *United States Agency International Development*

VD: Variable Dépendante

VI: Variable Indépendante

REMERCIEMENTS

Au terme de cette aventure, un profond sentiment de soulagement et de gratitude m'envahit en réalisant que ce travail est le fruit d'un effort collectif.

Mes premiers remerciements s'adressent à Dieu, pour la clarté d'esprit, la force et la persévérance qu'Il m'a accordées, sans lesquelles la concrétisation de ce mémoire n'aurait pas été possible.

Je remercie ici tous ceux et toutes celles qui ont contribué, de près ou de loin, modestement ou considérablement à l'aboutissement de ce travail. Si j'oublie de mentionner votre nom, je m'en excuse sincèrement par avance.

Je tiens à exprimer ma plus sincère gratitude à mon directeur de recherche, Étienne St-Jean pour son soutien indéfectible et ses conseils avisés. Il a su guider mes pas dans le monde exigeant de la recherche et sa disponibilité, sa bienveillance ainsi que ses encouragements constants ont été une source de persévérance. Ces expertises conjuguées avec ses qualités humaines ont été des piliers essentiels à la réussite de ce projet.

Je remercie également les membres du jury pour leur temps, leur attention et leurs précieux commentaires qui vont enrichir la qualité de ce mémoire et qui ouvriront sans doute de nouvelles pistes de recherche.

Je suis reconnaissante envers mes collègues et amis de l'Institut de Recherche sur les PME, pour nos échanges stimulants et inspirants. Je remercie tout particulièrement Ismaël Elalaoui pour sa disponibilité et son expertise.

Ce mémoire n'aurait pas pu voir le jour sans le soutien du comité du projet Jeunesse Malagasy¹ Compétente au Travail (JMCT) pour l'opportunité qui m'a

¹ Il est à noter que le terme malagasy, dans ce contexte, désigne la nationalité des habitants de Madagascar.

été offerte de poursuivre ma Maîtrise à l'Université du Québec à Trois-Rivières. J'en profite également pour faire un petit clin d'œil à l'ensemble du personnel de l'UQTR en particulier Anne-Sophie Charlot et Raphaëlle Morin pour tout le soutien et la réactivité dans les moments les plus difficiles.

Finalement et non des moindres, je souhaite remercier les personnes qui m'entourent au quotidien : ma famille et mes amis. À mes parents (Anthony et Anna) et mes grands-parents votre confiance m'a donné le courage de tenter l'aventure. À ma sœur Sambatra, le regard que tu me portes m'a empêché de baisser les bras et j'espère de tout cœur qu'à ton tour, tu arriveras au bout du merveilleux parcours de tes études supérieures.

À Harley Razafimbahoaka, merci d'être à mes côtés, de toujours m'aider à reprendre mon souffle lorsque j'ai trop la tête sous l'eau et surtout, merci de ton amour inconditionnel. Tu as été ma bulle d'oxygène.

À toute la famille Raz, merci pour vos encouragements et pour m'avoir aidé à prendre du recul.

Ce mémoire est dédié à tous ceux qui ont rendu cette aventure possible.

Misaotra betsaka !

INTRODUCTION

Dans un contexte socio-économique caractérisé par une population jeune et un taux de chômage urbain élevé chez les moins de 24 ans à Madagascar, l'entrepreneuriat se présente non seulement comme une stratégie de survie, mais aussi comme un choix de carrière de plus en plus valorisé socialement. Cette dynamique est accentuée par des initiatives étatiques et privées, telle que le programme "Fihariana", visant à stimuler la création d'entreprises et l'employabilité des jeunes. Cependant, l'environnement des affaires malgache demeure contraignant, dominé par un entrepreneuriat de nécessité à faible valeur ajoutée.

Le présent mémoire tente d'explorer le phénomène de l'intention d'entreprendre dans un contexte africain, Madagascar, qui a été historiquement peu étudié sur ce sujet. Il intègre une analyse approfondie de l'influence du genre sur l'intention d'entreprendre, une dimension pertinente compte tenu de la forte présence des femmes sur le marché du travail malgache et des disparités d'emploi observées.

Bien que nous reconnaissons la richesse et la complexité des constructions sociales du genre et des identités de genre non binaires, les contraintes méthodologiques de l'enquête quantitative, ainsi que la nature des données secondaires disponibles sur l'entrepreneuriat à Madagascar, nous amènent à utiliser une catégorisation binaire (homme/femme) basée sur l'auto-déclaration des participant-es. Dans le cadre de cette étude, notre intention se focalise sur les effets différenciés de cette catégorisation sociale binaire sur l'intention d'entreprendre sans explorer la fluidité ou la multiplicité des identités de genre.

L'objectif principal de cette recherche est d'identifier l'influence des déterminants de l'intention d'entreprendre chez les étudiant-es malgaches.

Il s'agit d'analyser l'interaction de ces différents facteurs pour fournir des éclairages pertinents aux institutions et aux décideurs, afin d'ajuster leurs programmes de sensibilisation et de soutien à l'entrepreneuriat. La problématique managériale sous-jacente est de mieux comprendre les leviers susceptibles de favoriser une transition vers un entrepreneuriat d'opportunité, plus innovant et durable. Dans cette perspective, la présente recherche vise à examiner les relations d'association entre plusieurs facteurs personnels – attitude entrepreneuriale, normes subjectives, auto-efficacité entrepreneuriale, obstacles endogènes perçus et obstacles exogènes perçus – et l'intention d'entreprendre, tout en évaluant l'effet modérateur du genre. Compte tenu du devis corrélationnel mobilisé, les résultats seront interprétés comme des relations d'influence théorisées et des associations empiriquement observées, sans prétendre établir des liens de causalité au sens strict.

Ce mémoire s'appuie sur une méthodologie quantitative, adoptant une posture épistémologique positiviste et un raisonnement hypothético-déductif. Le fondement conceptuel est principalement ancré dans la Théorie du Comportement Planifié (TCP) d'Ajzen (1991) et la Théorie Socio-Cognitive de la Carrière (TSCC) de Lent *et al.* (2002). Ces théories sont combinées pour offrir un cadre d'analyse robuste des antécédents de l'intention d'entreprendre. Les données analysées sont secondaires, issues d'une enquête transversale menée auprès de 3277 étudiant·es provenant de neuf établissements d'enseignement à Madagascar en 2020. Les instruments de recherche utilisés sont des échelles de mesure validées, et les analyses statistiques ont été réalisées avec le logiciel SPSS, incluant des régressions multiples et des analyses multi-groupes pour tester les hypothèses.

Les statistiques mobilisées dans la contextualisation de l'étude s'appuient principalement sur des sources institutionnelles et internationales publiées autour de 2019-2021, notamment le Troisième Recensement Général

de la Population et de l'Habitation (RGPH3). D'une part, le RGPH3 constitue la source nationale la plus complète pour établir un portrait démographique et socioéconomique de référence à Madagascar. Il permet de situer les caractéristiques structurelles de la population jeune, qui forment l'arrière-plan du phénomène étudié. D'autre part, les indicateurs relatifs à l'entrepreneuriat issus des rapports disponibles sur cette période offrent un état des lieux cohérent de la dynamique de l'entrepreneuriat, au moment où les données analysées dans cette étude ont été récoltées ce qui contribue à préserver la cohérence temporelle entre le contexte empirique et les données analysées. Cette prudence temporelle n'exclut pas l'intérêt d'une lecture post-COVID, mais elle encadre l'interprétation afin d'éviter une sur-généralisation de résultats issus d'un contexte de collecte précis.

La structure du mémoire s'organise en plusieurs chapitres. Le premier chapitre détaille la problématique managériale et l'intérêt de la recherche, en contextualisant la situation entrepreneuriale à Madagascar. Le deuxième chapitre est dédié à la revue de la littérature, présentant les notions et concepts clés, les principaux modèles explicatifs de l'intention d'entreprendre, et développant le cadre conceptuel et les hypothèses de recherche. Le troisième chapitre expose la méthodologie de recherche, incluant la posture épistémologique, la stratégie de recherche, les participants, les instruments de mesure et les méthodes d'analyse des données. Le quatrième chapitre présente les résultats des analyses statistiques menées. Enfin, le dernier chapitre offre une discussion des résultats, en revenant sur les hypothèses testées, en dégagant les contributions théoriques et managériales de l'étude, et en identifiant ses limites et les pistes pour de futures recherches. Bien que certaines des données ne couvrent pas pleinement la période post-COVID, elles demeurent pertinentes pour la présente recherche, dans la mesure où l'objectif est d'établir le contexte structurel et institutionnel dans lequel se forment les intentions entrepreneuriales de étudiants et étudiantes.

CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE MANAGÉRIALE

Ce premier chapitre vise à mettre en lumière l'intérêt de cette recherche portant sur l'intention d'entreprendre des étudiantes et étudiants malgaches. L'exposition des réalités et des problématiques entrepreneuriales à Madagascar permettront d'avoir un portrait de la situation entrepreneuriale du pays justifiant l'intérêt de mener une recherche qui relève du domaine de l'entrepreneuriat et plus spécifiquement, de l'intention de se lancer dans une carrière entrepreneuriale.

1.1. CONTEXTE

Madagascar se distingue par une population particulièrement jeune, avec un âge médian de 18 ans et un âge moyen de 22,4 ans, selon le rapport du troisième Recensement Général de la Population et de l'Habitation (RGPH3), effectué en 2018 par l'Institut National de la Statistique (INSTAT) Madagascar². Cette jeunesse, qui compte 5,5 millions d'individus âgés de 15 à 24 ans (soit 21,6% de la population totale)³, constitue un réservoir considérable de dynamisme et de potentiel innovant. Cependant, cette vitalité démographique se représente à la fois un atout et un défi en matière d'accès à l'emploi, d'insertion professionnelle et de développement économique.

Si le taux de chômage global, estimé à 4,2%, peut paraître faible, il masque des disparités profondes et inquiétantes. D'abord, 68,5%⁴ des personnes au chômage sont des jeunes de moins de 24 ans⁵, ce qui témoigne d'une difficulté critique d'insertion professionnelle pour les nouveaux entrants

² INSTAT, *Rapport thématique sur les résultats du rgph-3*, thème 03 : Caractéristiques économiques de la population, octobre 2021.

³ Source : INSTAT/RGPH3 en 2018

⁴ Source : INSTAT/RGPH3 en 2018

⁵ INSTAT, *Rapport thématique sur les résultats du rgph-3*, thème 03 : Caractéristiques économiques de la population, octobre 2021.

sur le marché. Ensuite, le phénomène est majoritairement urbain. En effet, 8,7% des chômeurs malgaches vivent en milieu urbain contre 3,2% en milieu rural alors que 80,5% de la population réside en milieu rural. Une grande majorité de ces chômeurs issus des milieux urbains ont un niveau d'éducation élevé dont 30,2% ont suivi au moins le niveau secondaire, 32,5% sont de niveau collégial, 17,2% sont de niveau lycée, 7,7% sont de niveau universitaire et seulement moins de 12% sont sans instruction. Le chômage à Madagascar est alors surtout dû à la capacité d'absorption limitée du marché du travail⁶. L'Enquête sur la Transition vers la Vie Active (ETVA) menée en 2015 confirme cette saturation du marché, indiquant qu'en moyenne, un jeune malgache met en moyenne quatre ans pour trouver un emploi stable.

Dans ce contexte de précarité de l'emploi et d'extrême pauvreté touchant 71,5% de la population⁷, l'entrepreneuriat émerge de manière quasi spontanée, non pas comme le fruit d'une détection d'opportunités lucratives, mais comme une stratégie de survie. Le rapport du *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) Madagascar 2019 confirme cette tendance de manière éloquente : 81,1% des répondant-es à l'enquête ont déclaré s'engager dans l'entrepreneuriat par nécessité, principalement pour assurer leur subsistance et pallier l'absence d'opportunités d'emploi dans le secteur formel (Ratsimbazafy, 2020). Cette prévalence de l'entrepreneuriat de nécessité, particulièrement prisé par les jeunes et les femmes, conduit à un tissu économique dominé par des activités informelles, à faible valeur ajoutée, qui peinent à générer des emplois et à stimuler une croissance économique durable.

Paradoxalement, cette réalité d'un entrepreneuriat de subsistance coexiste avec une évolution positive de la montée en popularité de

⁶ INSTAT, *Rapport thématique sur les résultats du rgph-3*, thème 03 : Caractéristiques économiques de la population, octobre 2021.

⁷ INSTAT, *Rapport thématique sur les résultats du rgph-3*, thème 03 : Caractéristiques économiques de la population, octobre 2021.

l'entrepreneuriat qui ne se limite pas à une réponse aux contraintes économiques. Les représentations sociales de l'entrepreneuriat ont fortement évolué. Loin d'être une voie dévalorisée, la carrière entrepreneuriale est de plus en plus perçue comme un choix désirable. Selon le même rapport GEM (2019), près de 94,4% de la population malgache estime que la carrière entrepreneuriale est un bon choix de carrière (Ratsimbazafy, 2020). Cette proportion a connu une augmentation significative en seulement deux ans, passant de 83,6% en 2017 à 87,2% en 2018 pour atteindre 94,4% en 2019 (Ratsimbazafy, 2020). Ces chiffres traduisent une reconnaissance favorable accrue du regard porté sur l'entrepreneuriat dans le pays, renforçant l'idée que l'entrepreneuriat est désormais un choix de carrière recherché et valorisé par la population malgache. Cette perception de l'entrepreneuriat comme étant un bon choix de carrière est associée au statut élevé des entrepreneurs et la reconnaissance de la société malgache (Ratsimbazafy, 2020).

Dès 2005, le rapport du GEM affirme que l'importance de l'entrepreneuriat pour de nombreuses économies nationales réside dans la création d'emplois (Minniti *et al.*, 2005). À Madagascar, la reconnaissance sociale accrue et le statut élevé accordé aux entrepreneurs s'est accompagnée d'une dynamique institutionnelle active, portée à la fois par des acteurs publics et privés. L'État malgache reconnaît l'importance de l'entrepreneuriat comme moteur de croissance et de lutte contre la pauvreté, à travers des initiatives telles que *Fihariana* (littéralement traduit en entrepreneuriat⁸) découlant directement de l'axe de sa Politique Générale de l'État (PGE) visant à encourager la création d'emplois décents, à promouvoir les femmes et les jeunes ainsi qu'à soutenir l'émergence des petites et moyennes entreprises et industries. *Fihariana* est un Programme national majeur emblématique dédié à l'entrepreneuriat, lancé en 2019. Il a été déployé dans le but de non seulement

⁸ Traduction libre des auteurs

financer des projets de création et d'extension d'activités entrepreneuriales, mais aussi, de favoriser la création d'emplois et promouvoir l'entrepreneuriat, en particulier auprès des jeunes malgaches. Cette initiative publique s'articule avec un réseau croissant de structures d'appui privé, telles que NextA, Habaka, Orange Digital Center, ou encore le Centre d'Excellence en Entrepreneuriat (CEENTRE). Ces plateformes offrent des services variés : incubateurs, espaces de coworking, mentorat ou encore formations. Elles participent à structurer un écosystème entrepreneurial naissant, particulièrement centré sur les jeunes. Le programme *Fihariana* se démarque du lot par son envergure nationale. Il a été initié par le Chef d'État dans l'optique d'en faire « *un levier pour l'entrepreneuriat pour les jeunes malagasy* »⁹. La finalité recherchée est de créer et étendre les activités économiques par le financement des projets entrepreneuriaux, en particulier chez les jeunes. Le programme *Fihariana* se distingue par son orientation inclusive, en mettant un accent particulier sur les femmes et les jeunes. L'engouement fut immédiat, en seulement une année après son lancement officiel en 2019, ce programme a reçu 117 000 dossiers (Ratsimbazafy, 2020).

1.2. INTÉRÊT DE LA RECHERCHE

1.2.1. Intérêt sur le plan managérial

Selon l'*Economic Development Board of Madagascar* (EDBM), le nombre d'entreprises créées a évolué de 10% entre 2017 et 2019¹⁰. En 2019, 73,5% des répondant·es du rapport GEM Madagascar s'estiment être suffisamment compétents pour lancer une affaire. Cependant, l'enthousiasme

⁹ <https://www.presidence.gov.mg/actualites/248-lancement-officiel-du-programme-fihariana-un-levier-pour-l-entrepreneuriat-pour-les-jeunes-malagasy.html>

Il est à noter que le terme malagasy, dans ce contexte, désigne la nationalité des habitants de Madagascar.

¹⁰ EDBM, *Rapport d'Activité 2019*, p.21,22.

exprimé à l'égard de l'entrepreneuriat contraste avec un environnement des affaires peu favorable. En 2020, Madagascar occupait la 161^e position sur 190 dans le classement mondial de la Banque Mondiale en termes de facilité à faire des affaires¹¹ (WorldBank, 2020). Ce positionnement reflète des contraintes structurelles persistantes, comme la lourdeur administrative, l'accès limité au crédit ou encore la faiblesse des infrastructures.

Avec un Taux d'Activité Entrepreneuriale (TAE) de 19,5% en 2019, la grande Ile occupe la première place parmi les économies à faible revenu du classement du GEM (Ratsimbazafy, 2020). Cette effervescence s'aligne avec les résultats du rapport du GEM 2019 qui montre que les économies à faible revenu ont souvent les taux d'activité entrepreneuriale les plus élevées, et que cette activité est majoritairement une activité de nécessité, non d'opportunité (Bosma & Kelley, 2019). L'entrepreneuriat d'opportunité désigne une démarche proactive où l'individu exploite une opportunité de marché perçue, tandis que le second est une réponse contrainte, engagée en l'absence d'autres alternatives d'emploi satisfaisantes (Reynolds *et al.*, 2002).

L'entrepreneuriat d'opportunité et celui de nécessité mènent à des trajectoires et à des résultats économiques différents. L'enjeu pour les organismes de soutien et pour le gouvernement malgache se situe alors dans les leviers d'action en amont permettant de catalyser une transition vers un entrepreneuriat d'opportunité, plus innovant, structuré et durable. Il s'agit de comprendre et de cultiver les intentions qui sont les plus susceptibles de mener à la démarche entrepreneuriale, bien avant qu'elle ne se matérialise. Selon Schjoedt et Shaver (2007), la création d'entreprises est loin d'être fortuit. Il repose sur un processus conscient, structuré et réfléchi ainsi qu'un effort dirigé

¹¹ World Bank. 2020. Doing Business 2020. Washington, DC: World Bank. DOI:10.1596/978-1-4648-1440-2
<https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IC.BUS.EASE.XQ?end=2019&start=2019&view=chart>

et exercé dans le temps. C'est un acte délibéré, une initiative mûrement réfléchie dont la phase charnière est l'intention d'entreprendre. Autrement dit, la carrière entrepreneuriale est un choix motivé par différents facteurs. L'identification des déterminants clés liés à cette intention d'entreprendre mettra à la disposition des organisations susmentionnées un outil de recadrage et d'amélioration des dispositifs déjà en place.

A l'heure actuelle, la politique de développement de l'entrepreneuriat reste peu formalisée à Madagascar. Dans le cadre du « *National Expert Survey* » (NES), 36 experts nationaux issus de l'administration publique et du secteur privé ont été sélectionnés pour aborder le contexte économique, social, politique, culturel et législatif de Madagascar (Ratsimbazafy, 2020). Pour la promotion de l'entrepreneuriat à Madagascar, ce panel de personnes expertes recommande fortement de concentrer les principaux efforts autour de l'amélioration des politiques publiques. En se focalisant sur cette étape cognitive, le gouvernement malgache ainsi que les organismes d'accompagnement du soutien à l'entrepreneuriat gagneraient ainsi à mieux cerner les éléments qui permettent de comprendre et de développer l'intention d'entreprendre. Au lieu de se poser la question sur celles et ceux qui créent, la question centrale est déplacée vers les déterminants de l'intention qui poussent certains individus à se projeter dans la création d'entreprise et la carrière entrepreneuriale.

La présente recherche s'inscrit précisément dans le cadre de l'initiative Jeunesse Malagasy Compétente au Travail (JMCT). Le projet JMCT prône la croissance et la prospérité socio-économique du pays par l'employabilité des jeunes malgaches et l'amélioration de leur niveau d'employabilité ainsi que celui de leur insertion professionnelle. Il s'agit d'une initiative de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), financé par Affaires Mondiales Canada (AMC), en collaboration avec l'Agence Universitaire de la Francophonie (AUF).

Le projet vise à promouvoir l'employabilité de jeunes malgaches issus de neuf établissements (ci-après dénommées « établissements partenaires ») situés dans les régions d'Antananarivo, Ambositra et Antsiranana. L'un des objectifs du projet est d'offrir des services intégrés de sensibilisation, de formation et de soutien au démarrage et à l'expansion d'entreprises sur des bases égalitaires. Cette orientation place la carrière entrepreneuriale non pas comme une alternative, mais comme une voie de développement professionnel à part entière, que le projet a pour mandat de soutenir activement.

Les données analysées dans le cadre de cette étude ont été récoltées par une équipe de chercheurs menés par Étienne St-Jean dans le cadre du projet JMCT. En analysant les déterminants de l'intention d'entreprendre des étudiant·es des neuf établissements partenaires du projet JMCT, l'issue recherchée dans la présente étude est de fournir un éclairage qui permet d'ajuster leurs initiatives autour de l'entrepreneuriat, aux décideurs des institutions offrant des services de sensibilisation, de formation et de soutien au démarrage et à l'expansion d'entreprises. Les résultats des recherches menées serviront éventuellement de guides aux établissements de formation disposant de programmes visant à soutenir et promouvoir la création d'entreprise. Elle permettra d'ajuster leur offre de formation ce qui impactera de manière positive l'intention de passage à l'action de faire carrière dans l'entrepreneuriat. Une meilleure connaissance des facteurs influençant l'intention d'entreprendre des étudiant·es permettrait également à ces établissements d'élaborer des stratégies d'accompagnement mieux adaptées aux réalités des étudiant·es. Les programmes ajustés au sein de ces établissements auront pour résultat de développer la posture entrepreneuriale des étudiant·es en général notamment chez ceux qui envisagent de poursuivre une carrière entrepreneuriale.

1.2.2. Intérêt sur le plan académique

La présente recherche tente de comprendre le comportement en amont de création d'entreprise qui, selon Krueger (1993), est inséparable des intentions menant l'individu vers le comportement en question. Cette étude cherche à établir des liens de causalité entre des variables liés à l'intention comportementale de l'acte de créer son entreprise.

Depuis les recherches pionnières de Brockhaus (1975), les études sur l'intention d'entreprendre sont nombreuses à travers le monde, dans différents pays et différents contextes (Schlaegel & Koenig, 2014). Malgré le volume d'études existantes, un examen critique de la littérature révèle un déséquilibre géographique persistant (Liñán & Fayolle, 2015). La recherche de premier plan est historiquement et majoritairement dominée par des études menées en Amérique du Nord et en Europe. Cependant, situation de l'état de la connaissance des intentions entrepreneuriales à Madagascar reflète une sous-exploration de ce phénomène dans des contextes non-occidentaux en développement (Nowiński *et al.*, 2019). Cette recherche sur le cas de Madagascar tente dans un premier temps d'apporter des éclairages sur la manifestation du phénomène dont il est ici question dans un contexte de pays multiculturel et en voie de développement. Elle permettra de déceler des pistes de recherches sur l'entrepreneuriat chez les jeunes dans des contextes similaires à Madagascar.

D'après l'Enquête Nationale pour le Suivi des indicateurs des Objectifs du Millénaire pour le Développement (ENSOMD) 2012-2013; à Madagascar, les femmes sont très nombreuses sur le marché du travail. Cependant, le taux de chômage chez les femmes est beaucoup plus élevé que celui des hommes (2,4% contre 0,4%)¹². Les femmes ont alors moins de chances d'avoir un emploi salarié formel ce qui les contraint à travailler dans le secteur informel afin de

¹² Source : INSTAT/RGPH3 en 2018

contribuer à la subsistance de leur famille. Dans ce contexte, il est crucial d'intégrer la dimension du genre, car la littérature suggère que les facteurs qui influencent l'intention d'entreprendre peuvent être différemment perçus selon le genre (Haque *et al.*, 2024).

Selon Karim *et al.* (2023), les normes sociales et l'accès aux ressources peuvent impacter différemment les intentions entrepreneuriales des femmes par rapport à celles des hommes dans les économies émergentes. Des études ont également montré que les perceptions entrepreneuriales et les intentions peuvent varier en fonction du genre et du contexte culturel, ce qui souligne l'importance d'examiner ces dynamiques (Shinnar *et al.*, 2012). Intégrer ces éléments particuliers à notre étude permettrait d'avoir des réponses sur les raisons d'un éventuel écart constaté chez les étudiants et étudiantes malgaches pour pouvoir avancer des pistes de solutions sur lesquelles s'appuyer pour faire des ajustements sur les dispositifs déjà en place dans le pays et ceux à venir.

La compréhension des intentions qui sous-entendent tout comportement volontaire est autant essentiel à la compréhension des antécédents et des conséquences de ce comportement qu'à ces corrélations (Ajzen & Fishbein, 1980), d'où l'importance de comprendre les éléments qui permettent d'expliquer plus clairement le développement de l'intention d'entreprendre – notamment chez les jeunes et plus particulièrement chez les étudiant·es.

1.2.3. Objectif de la recherche

Il est à souligner que le concept « genre » tel qu'abordé dans cette étude, fait référence à l'identification déclarée du répondant ou de la répondante en tant qu'homme ou femme lors de la complétion du questionnaire. Cette approche méthodologique, basée sur l'auto-identification binaire, est adoptée pour des raisons de pragmatisme et de comparabilité des données avec des

statistiques socio-économiques préexistantes, souvent agrégées selon ces catégories par les institutions nationales et internationales.

Cette étude tente de **comprendre l'influence des facteurs personnels sur le développement de l'intention d'entreprendre des étudiants et étudiantes malgaches**. L'idée centrale est d'analyser l'interaction de ces différents facteurs sur l'engagement dans des comportements entrepreneuriaux qui renforcent l'intention d'entreprendre. La question du genre est particulièrement pertinente dans le contexte entrepreneurial malgache. Historiquement et culturellement, Madagascar présente des dynamiques de genre qui influencent la participation économique des femmes. Les femmes malgaches sont, en effet, très actives dans l'économie informelle et formelle, souvent en tant que petites entrepreneures, notamment dans les secteurs du commerce, de l'agriculture et de l'artisanat (Banque mondiale, 2017).

Cependant, malgré cette visibilité, les entrepreneures malgaches sont souvent confrontées à des contraintes structurelles et socio-culturelles spécifiques liées à leur genre. Le rapport de l'*United States Agency International Development* (USAID) en 2020 révèle que les femmes entrepreneures à Madagascar ont un accès plus limité aux ressources entrepreneuriales par rapport à leurs homologues masculins (USAID, 2020). Ces obstacles peuvent potentiellement freiner le développement de leur intention d'entreprendre. L'analyse de l'intention d'entreprendre en fonction du genre est donc cruciale pour identifier si les facteurs personnels exercent une influence différenciée selon que la personne soit un homme ou une femme.

CHAPITRE 2 : REVUE DE LA LITTÉRATURE

2.1. CONCEPT D'INTENTION

Selon Ajzen (1991), l'intention est ce qui découle d'une volonté consciente et planifiée. Il est effectivement supposé que les intentions saisissent les facteurs de motivation influençant un comportement et elles indiquent non seulement à quel point un individu est prêt à essayer mais également à quel point il prévoit de fournir des efforts pour adopter le comportement initialement désiré¹³. En effet, l'intention est un déterminant majeur du comportement humain dont l'absence inhibe l'exécution de l'action (Ajzen, 1991).

2.1.1. Intention d'entreprendre

Dès 1983, Stevenson (1983) souligne l'importance de considérer l'entrepreneuriat comme un processus continu plutôt qu'un événement ponctuel. Il n'est pas seulement question de dire « oui ou non » mais une variété de conviction personnelle et de planification (allant d'un degré très faible ou très élevé) pour créer une nouvelle entreprise (Thompson, 2009). L'entrepreneuriat est effectivement composé de séquence d'étapes et d'activités partant de l'identification d'une opportunité en passant par la génération d'une idée de départ, l'évaluation de la faisabilité de l'activité, la recherche de ressources (capital humain, ressources financières, etc.) et toute autre étape nécessaire aboutissant à l'acte d'entreprendre. Selon Shane et Venkataraman (2000), il est fondamental de comprendre l'intention d'entreprendre dans l'étude du comportement entrepreneurial. En effet, l'intention d'entreprendre est

¹³ « *Intentions are assumed to capture the motivational factors that influence a behavior; they are indications of how hard people are willing to try, of how much of an effort they are planning to exert, in order to perform the behavior.* » Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

communément reconnue comme étant la décision qui conduit un individu à démarrer une nouvelle entreprise (Krueger, 2017).

Ajzen (1991) définit l'intention comme étant la volonté d'essayer, la motivation et l'effort qu'on est prêt à fournir. Pour Bird (1988), l'intention d'entreprendre est la croyance d'un individu à mettre en place un nouveau projet de création d'entreprise et à le planifier dans l'avenir. Ces deux définitions laisseraient penser qu'avoir l'intention d'entreprendre resterait une manifestation de volonté de créer son entreprise, sans avoir de comportement particulièrement engageant dans ce sens.

Il est à souligner que l'intention d'entreprendre ne doit pas être confondue avec le comportement entrepreneurial qui est le travail associé à la création d'entreprise elle-même c'est-à-dire l'acte entrepreneurial. Néanmoins, selon Moriano *et al.* (2012), l'intention ne va pas tout simplement représenter la direction de l'action future mais elle affecte les choix de l'individu, dirige et maintient son comportement.

Shapero et Sokol (1982) soulignent également qu'avoir l'intention d'entreprendre c'est prendre des initiatives, consolider des ressources, gérer, avoir une autonomie relative et prendre des risques. Cette intention d'entreprendre n'est pas figée. C'est un état de pensée qui est mouvant et qui varie d'intensité dans le temps en fonction des expériences vécues (Moreau, 2006).

Il est alors constaté qu'il existe de nombreuses définitions de l'intention d'entreprendre. Elles sont nuancées par les différentes approches faites par les auteurs. Le point commun entre ces définitions est qu'elles considèrent l'intention comme se situant dans l'esprit d'un individu qui va la développer afin de tendre vers le but de créer son entreprise.

2.1.2. PRINCIPAUX MODÈLES EXPLICATIFS DE L'INTENTION

Pour Bird (1988), la création de sa propre entreprise implique une planification et une réflexion minutieuses de la part de l'individu. Ainsi, l'entrepreneuriat est un comportement délibéré et planifié ce qui fait que son étude soit applicable aux modèles d'intention (Krueger, 1993).

Les modèles traitant sur l'intention d'entreprendre ont été développés autour de deux principaux travaux à savoir : la TCP d'Ajzen (1991) et le Modèle de la formation de l'Événement Entrepreneurial (MÉE) de Shapero et Sokol (1982). Ces deux catégories de modèles sont les plus utilisés dans les travaux portant sur la prédiction de l'intention d'entreprendre (Liñán & Fayolle, 2015). Durant ces deux dernières décennies, de nombreux chercheurs ont proposé de nouveaux modèles sur la base de critiques et de modifications de celles-ci.

2.1.2.1. *Modèle de l'Événement Entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)*

Selon le MÉE basé sur les travaux de Shapero et Sokol (1982), le point de départ de l'acte entrepreneurial est caractérisé par une série de facteurs individuels, cognitifs et environnementaux qui influencent le désir menant à la décision de devenir entrepreneur.

L'événement entrepreneurial désigne un processus dynamique et subjectif caractérisé par une série d'événements et de phases qui conduisent au passage à l'acte de création d'entreprise. Le MEE suggère que l'intention d'entreprendre résulte de l'interaction entre les caractéristiques personnelles de l'individu, les facteurs environnementaux et les événements spécifiques qui sont vécus par cet individu (Ferreira *et al.*, 2012).

Selon le MÉE, l'individu prend la décision de créer son entreprise en prenant en compte trois éléments : sa propre perception de la désirabilité perçue, la faisabilité perçue et la propension à l'action (Shapero & Sokol, 1982).

Désirabilité perçue

Selon Tounés (2003), la désirabilité désigne un ensemble de facteurs sociaux et culturels ayant de l'influence sur le système de valeurs de l'individu. Elle caractérise le degré d'attrait qu'un individu peut percevoir pour un comportement entrepreneurial et reflète son attraction pour l'acte d'entreprendre (Krueger, 1993). Il s'agit entre autres des expériences antérieures et des échecs dans les aventures entrepreneuriales qui affectent les perceptions de désirabilité de l'entrepreneuriat. Selon Shapero et Sokol (1982), cette désirabilité perçue traduit le degré avec lequel l'engagement dans la création d'entreprise est un comportement souhaitable pour un individu.

Faisabilité perçue

La faisabilité est la croyance d'un individu d'être capable d'exécuter un comportement entrepreneurial (Krueger Jr *et al.*, 2000). Selon Shapero et Sokol (1982), la faisabilité perçue est une mesure de la perception de l'aisance ou la difficulté qu'un individu pense rencontrer au cours du processus de création.

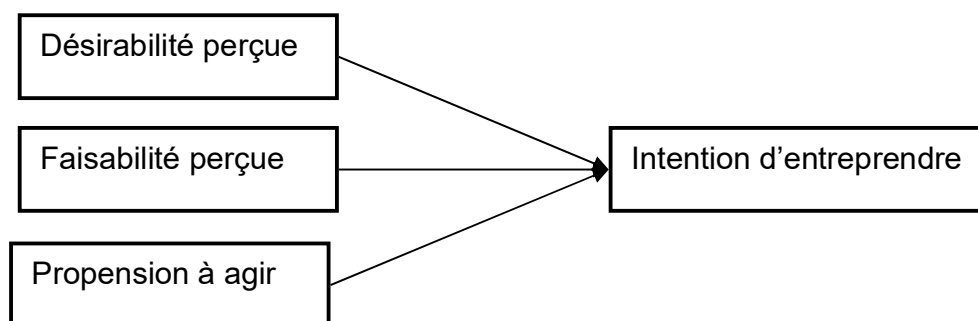
Selon Tounés (2003) ce sont les facteurs de soutien à la création qui construisent la perception de la faisabilité. Ces perceptions sont influencées par la disponibilité de moyens financiers, l'environnement familial, les formations en entrepreneuriat.

Propension à l'action

La propension à l'action est selon Shapero et Sokol (1982) une disposition d'un individu à prendre des décisions par soi-même au regard de ses intentions.

Figure1

Modèle repris par Krueger Jr *et al.* (2000) basé sur le modèle initial de Shapero et Sokol (1982)



2.1.2.2. *Théorie du Comportement Planifié de Ajzen (1991)*

La TCP d'Ajzen (1987, 1991) fait partie des ponts entre la cognition et l'action. En effet, cette théorie suppose que le comportement peut être prédit à partir des plans et des intentions d'une personne de l'adopter. D'un point de vue cognitif, le comportement est fonction des informations saillantes ou des croyances qui y sont relatives.

Déterminants de la Théorie du Comportement planifié (Ajzen, 1991)

La TCP (Ajzen, 1991) suggère l'existence de trois croyances saillantes qui influencent l'intention : les croyances comportementales, les croyances normatives et les croyances de contrôle. Dans cette TCP, Ajzen affirme que ces trois croyances résultent à l'intention de se comporter d'une certaine manière. Il suggère également que l'importance relative de ces trois croyances devrait varier en fonction des situations et des différents comportements. Ainsi, le rôle que chacune de ces croyances joue dans la formation d'une intention particulière d'agir peut être très différent en fonction du comportement d'un individu donné. La probabilité de se comporter d'une certaine manière augmente selon la force des croyances d'un individu à l'égard de la désirabilité

personnelle et sociale d'accomplir quelque chose, conjugué avec sa croyance en ses propres compétences et ses capacités (contrôle) à faire ce qui est nécessaire.

Croyances comportementales

Les croyances comportementales sont constituées par les déterminants qui influencent l'attitude personnelle envers un comportement donné. C'est cette attitude personnelle qui reflète la conscience qu'un individu a du résultat d'un comportement et le degré auquel il évalue favorablement ou défavorablement l'adoption du comportement en question.

Croyances normatives

Les croyances normatives constituent les déterminants sous-jacents des normes subjectives. Ces normes subjectives aussi dites soutien social perçu sont en rapport avec la perception personnelle de ce que le réseau social de l'individu (la société et/ou les gens importants pour lui) pense de l'adoption ou non du comportement en question.

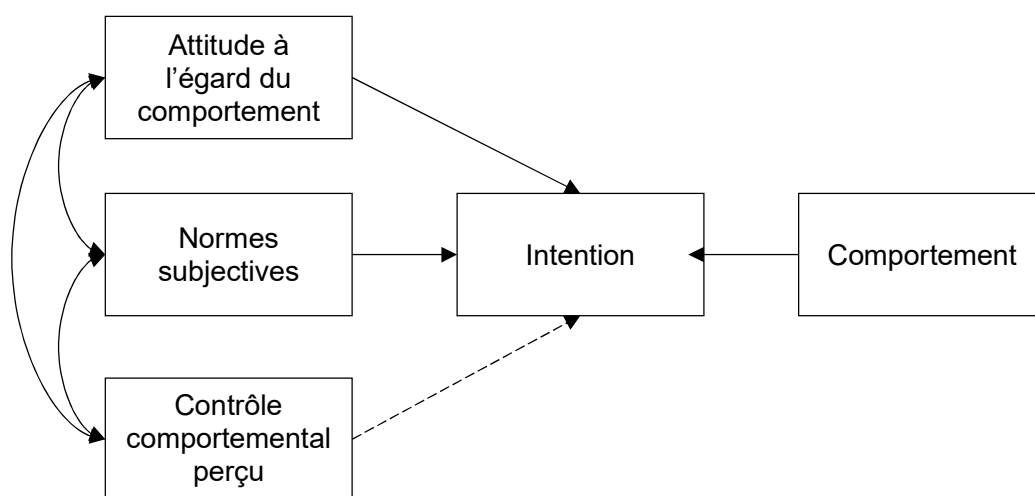
Croyances de contrôle

Les croyances de contrôle servent de bases aux perceptions du contrôle comportemental perçu de la situation. Ce contrôle comportemental perçu fait référence à la perception de l'individu du degré de facilité ou de difficulté à développer un comportement donné et à sa conviction en sa capacité à exécuter le comportement en question.

La Figure 2 représente le modèle conceptuel de la **Théorie du Comportement Planifié (TCP)** développée par **Icek Ajzen** en 1991. Ce modèle articule trois antécédents de l'intention, à savoir l'« attitude à l'égard du

comportement » ; les « normes subjectives » et le « contrôle comportemental perçu ».

Figure 2
Modèle librement traduit de la TCP selon Ajzen (1991)¹⁴



TCP d'Ajzen (1991) appliquée à l'entrepreneuriat

La TCP a été introduite dans la littérature sur l'intention d'entreprendre par Krueger (1993). Ces derniers appliquent la TCP pour montrer que cette théorie largement utilisée en psychologie trouvait son application en entrepreneuriat. En se basant sur la TCP, l'intention d'entreprendre est déterminée par son attitude à l'égard de l'entrepreneuriat, du soutien social et du contrôle comportemental perçu. La pertinence de la TCP dans le domaine de l'entrepreneuriat a largement été testé et validé dans de nombreux contextes. Les résultats ont confirmé la force prédictive et significative des composantes de la TCP sur l'intention d'entreprendre (Schlaegel & Koenig, 2014).

¹⁴ Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), pp. 181.

Attitude

L'attitude reflète la conscience qu'a un individu du résultat d'un comportement et le degré auquel il évalue favorablement ou défavorablement l'adoption du comportement souhaité ou envisagé. Dans ce sens, l'attitude à l'égard de l'entrepreneuriat mesure les attentes d'un individu envers la décision de créer son entreprise et du résultat attendu.

Normes subjectives

Les normes subjectives sont les croyances normatives perçues encouragées par d'autres personnes significatives pour l'individu c'est-à-dire les personnes importantes de son réseau social. Il peut s'agir autant de sa famille, ses proches et ses que d'autres individus et groupes d'individus importants. L'intention d'un individu d'adopter un comportement est directement influencée par les valeurs et les normes auxquelles non seulement les personnes citées supra adhèrent mais aussi la pression sociale qui s'exerce sur cet individu en raison de sa décision de s'engager ou non dans une certaine action.

Le soutien social perçu renvoie aux perceptions d'un individu de la carrière entrepreneuriale dans son environnement (son pays, au sein de sa famille, auprès de ses proches, etc.). Il s'agit alors de normes sociales influençant la désirabilité perçue de la carrière entrepreneuriale. Cela ramène au MÉE développée par Shapero et Sokol (1982) pour laquelle cette désirabilité de la carrière entrepreneuriale implique le caractère engageant du comportement entrepreneurial qu'une personne peut percevoir. Il s'agit entre autres d'approbations (ou de désapprobations) sociales qui peuvent favoriser (ou au contraire, inhiber) les comportements entrepreneuriaux.

Contrôle comportemental perçu

Le contrôle comportemental perçu fait référence à la conviction d'une personne en sa capacité à exécuter le comportement planifié et à la perception que ce comportement est sous son contrôle. Cette définition rejoint la définition du concept d'auto-efficacité de Bandura (1982; 1977) selon laquelle les croyances d'un individu en ces capacités à mobiliser autant la motivation que les ressources cognitives et le contrôle perçu réfère alors à une certaine facilité ou difficulté perçue de réaliser le comportement grâce à ses ressources personnelles nécessaires pour le déclencher. Dans ce sens, le contrôle comportemental perçu varie en fonction des situations et des actions.

Le contrôle comportemental perçu, dans la TCP développée par Ajzen est assimilé au concept d'auto-efficacité de Bandura (1982; 1977). Dans sa théorie, Bandura avance que l'auto-efficacité est influencée par trois principaux facteurs : l'histoire personnelle, la personnalité et les aptitudes. Selon Boyd et Vozikis (1994), à elle seule, cette théorie est insuffisante pour prédire l'intention. Cependant, intégrée à d'autres modèles avec des dimensions « attitudes » et « perceptions », elle contribuerait à l'analyse des choix de carrières.

2.1.2.3. Théorie Socio-Cognitive de la Carrière de Lent et al.

La TSCC est développée par Lent *et al.* (1994) à partir de la Théorie Socio-Cognitive de Bandura (1986). Bandura (1986) repose la Théorie Socio-Cognitive (TSC) sur l'apprentissage social à travers l'observation. La TSCC, donnant une extension à cette théorie de base soutient que le développement de l'intention, autant que celui du choix de carrière, reposent sur l'intérêt accordée par l'individu sur la carrière en question.

Selon Liguori *et al.* (2018), la TSCC est une théorie dite « motivationnelle » qui est dirigée par l'auto-efficacité, les résultats espérés et

l'activité orientée vers un but précis. Cette TSCC met également en relief la manière dont le contexte, en particulier le modèle social, complète les motivations internes dans la conduite du comportement. Elle permet d'examiner la manière dont le contexte social affecte l'intention d'un individu à s'engager dans une carrière donnée.

Le cadre de la TSCC met particulièrement l'accent sur les manières dont un individu accorde de l'intérêt pour une certaine carrière et prend les décisions afférentes. La TSCC se présente comme un modèle expliquant le processus par lequel un individu s'organise pour développer sa carrière. Cette théorie traite également du rôle et de l'influence du contexte (c'est-à-dire des variables d'influences extra-personnelles) dans la relation entre l'intention et le comportement envers une carrière. Il s'agit en outre du processus par lequel un individu forme une intention de carrière et met en œuvre les choix qui vont, selon les conditions environnementales, soit renforcer cette relation (conditions favorables), soit la limiter ou l'affaiblir (conditions moins favorables) (Lent *et al.*, 2000). La TSCC reconnaît le lien direct entre l'intention c'est-à-dire l'intérêt qu'un individu porte à une carrière et le choix (de carrière) subséquent. Elle permet plus particulièrement d'examiner les influences du contexte sur le déroulement de ce processus ainsi que la manière dont les intérêts portés par les individus se traduisent en choix réels.

Adaptée à l'entrepreneuriat, la TSCC intègre à la fois des variables contextuelles et individuelles pour expliquer le processus menant au développement de l'intention d'entreprendre. Cette approche sur la carrière examine alors la manière dont l'intention d'entreprendre d'un individu est potentiellement transformé en choix de carrière par la création d'une nouvelle entreprise. La TSCC est ancrée dans la notion d'interaction, notamment entre trois principales variables : l'auto-efficacité, les résultats attendus et les buts. Selon cette théorie, la volonté ou l'intention d'un individu affectent

fondamentalement ses croyances envers sa capacité à s'organiser et exécuter une action en particulier ainsi que les conséquences escomptées et inattendus de ce comportement volontaire (Lent *et al.*, 2002).

Auto-efficacité

Le concept d'auto-efficacité a été développé par Bandura et celui-ci le définit comme étant la croyance d'un individu en ses capacités personnelles à exercer un emploi ou un ensemble de tâches spécifiques (Bandura & Walters, 1977). Le sentiment d'auto-efficacité est le jugement porté par un individu sur lui-même envers ses capacités à réaliser l'ensemble de actions qui lui sont requises pour atteindre les performances qu'il désire (Bandura, 1986). Ce sentiment d'auto-efficacité s'étend également aux croyances d'un individu sur sa capacité à mobiliser sa motivation, les ressources cognitives et les comportements qui lui sont nécessaires pour exercer un contrôle sur les événements (de la vie) (Wood & Bandura, 1989).

Ainsi, « *la croyance d'auto-efficacité est le fondement majeur du comportement* » (Bandura, 2007). D'un côté, un sentiment d'auto-efficacité faible peut réduire le développement des intérêts envers un choix de métier (Lent *et al.*, 2008). D'un autre côté, les individus qui se perçoivent comme étant efficaces se fixent des défis et investissent beaucoup d'efforts dans la réalisation de leurs objectifs (Bandura, 2007).

L'auto-efficacité, en entrepreneuriat, est relative au sentiment d'être assez compétent pour endosser les responsabilités liées à la carrière entrepreneuriale (Chen *et al.*, 1998). L'auto-efficacité est importante dans les tâches complexes auxquelles un individu doit se prêter pour accéder à la carrière d'entrepreneur telles que détecter une opportunité, rassembler les ressources, etc. (McGee *et al.*, 2009). De plus, les personnes qui ont une auto-efficacité entrepreneuriale élevée auraient tendance à croire qu'ils possèdent

une idée viable pour une nouvelle affaire ce qui permet de prédire leur intention d'entreprendre (McGee *et al.*, 2009). En effet, il y a de plus grandes chances pour qu'un individu développe son intention d'entreprendre pour un jour, accéder à la carrière lorsque son auto-efficacité entrepreneuriale est élevée (Boyd & Vozikis, 1994).

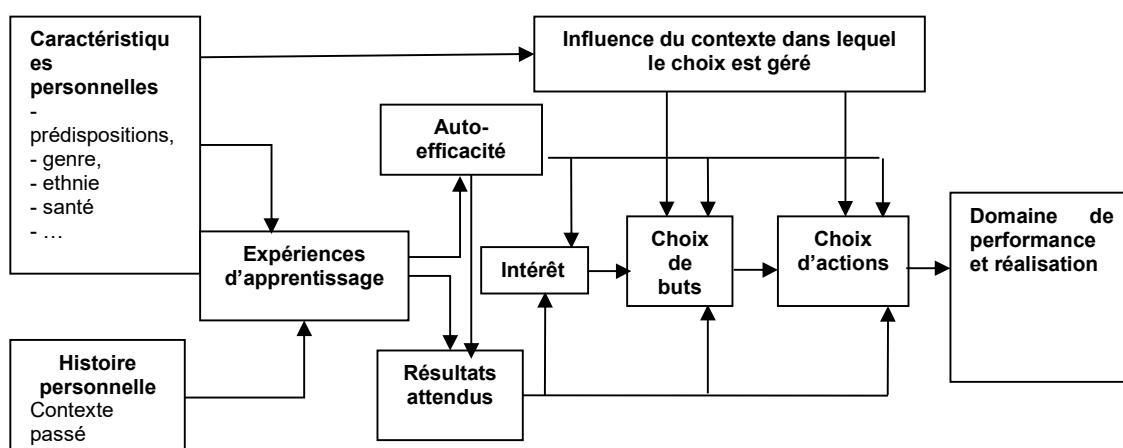
Résultats attendus

Selon Bandura, les attentes influençant les actions sont presque exclusivement focalisées sur les attentes de résultats (Bandura, 2007). Les résultats attendus désignent des croyances personnelles qui sont en lien avec les conséquences ainsi que les résultats de la réalisation d'un comportement ou d'une action. Elles sont acquises par des expériences d'apprentissage (Lent *et al.*, 2002) et elles peuvent prendre différentes formes telles que les effets physiques, les effets sociaux ou encore les effets auto-évaluatifs (Bandura, 2007).

Buts

Selon Lent *et al.* (2002), les individus organisent et dirigent leur propre comportement en fixant des buts. Le modèle de la TSC montre que les buts et les choix peuvent être influencés par les caractéristiques personnelles telles que les prédispositions, le genre, les origines ethniques, etc. Un individu a tendance à choisir des options de carrières qui correspondent à ses intérêts (Lent *et al.*, 2002) mais ces buts ne sont pourtant pas immuables. Ils peuvent évoluer et se modifier au fil du temps. En effet, selon Bandura (2007), un individu qui se fixe des buts situés au-delà de ses capacités peut être découragé ou démotivé ce qui va être poussé à modifier ses buts.

Figure 3

Modèle librement traduit de la théorie de Lent *et al.* (2002)

Les courants de recherche basés sur la TSCC comme base théorique pour étudier le choix de l'entrepreneuriat en tant que vocation professionnelle considèrent que les concepts de la TSCC sont étroitement liés aux facteurs influençant l'intention d'entreprendre dont l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'orientation vers un but précis (Tran & Von Korfflesch, 2016).

2.2. LIEN ENTRE LES MODÈLES

Le modèle de Shapero et Sokol (1982) a particulièrement été élaboré pour l'étude de la naissance de l'intention d'entreprendre, plus précisément, les raisons qui poussent un individu à voir l'entrepreneuriat comme un choix de carrière potentiel.

Le modèle d'Azjen (1991) a été initialement développé dans le domaine de la psychologie sociale pour comprendre l'intention qui mène un individu vers un comportement. Appliquée à l'entrepreneuriat, cette théorie a largement été utilisée dans la compréhension de la manière dont se développe l'intention d'entreprendre. Cependant, ce modèle ne prend en considération que les éléments uniquement liés à l'individu et à sa perception.

Les deux modèles se rejoignent dans la définition de l'intention d'entreprendre en tant qu'antécédent de l'acte en lui-même ce qui permet de faire de l'intention un indicateur de la volonté de passer à l'action de créer une entreprise.

Les facteurs « attitude personnelle » et « soutien social perçu » de la TCP (Ajzen, 1991) sont, selon Krueger et Carsrud (1993) inclus dans le concept de désirabilité perçue de Shapero et Sokol (1982) qui fait référence au degré d'attrait perçu par l'individu pour un comportement donné.

Ajzen (1991) affirme que le contrôle comportemental perçu est associé à l'auto-efficacité, un concept développé par Bandura (1982; 1977). Cette auto-efficacité entrepreneuriale rappelle également la faisabilité perçue du MÉE de Shapero et Sokol (1982) qui fait référence à un ensemble de facteurs menant l'individu à se questionner sur la possibilité d'adopter un comportement en fonction du degré de croyance qu'il a sur ses capacités pour mener à bien l'action (Krueger, 1993).

L'attitude envers un comportement est en fonction de l'évaluation personnelle des conséquences estimées après l'exécution du comportement donné (Emin, 2004) c'est-à-dire à la valeur accordée par un individu aux résultats escomptés d'une action (Wang *et al.*, 2011). Ainsi, selon Krueger Jr *et al.* (2000), les résultats attendus influenceraient le degré d'attrait qu'un individu porte sur un comportement donné en l'occurrence, la désirabilité perçue du comportement entrepreneurial.

Ainsi, selon Ajzen (1991), l'attitude d'un individu dépendra de son évaluation des résultats escomptés. Si la valeur qui est accordée aux résultats attendus est grande, c'est que la conséquence est désirable ou préférable. L'individu aura alors une attitude qui est en faveur du comportement en question. Cela pourrait avoir un effet positif sur l'intention de se comporter dans

ce sens. En revanche, si la valeur qui est accordée aux résultats attendus et moins grande, c'est que la conséquence est indésirable ou moins, voire même non préférable. Dans ce cas, l'individu aura une attitude défavorable qui affectera négativement l'intention de se comporter dans ce sens.

Le contrôle comportemental de la TCP d'Ajzen (1991) et la faisabilité perçue de Shapero et Sokol (1982) font référence au degré de croyance d'un individu en ses capacités de pouvoir mener à bien un comportement donné, soit l'auto-efficacité. La TCP d'Ajzen (1991) n'a pas particulièrement été pensé dans l'entrepreneuriat pour comprendre l'engagement d'un individu dans des comportements entrepreneuriaux. Pourtant, dans la tentative de compréhension de l'intention d'entreprendre d'un individu, la compréhension de la manière dont un individu s'organise pour converger ses actions vers une carrière entrepreneuriale semble tout aussi important. La TSCC développée par Lent *et al.* (2002) reconnaît le lien direct entre l'intention c'est-à-dire l'intérêt qu'un individu porte à une carrière et les choix subséquents. C'est une théorie dite « motivationnelle » qui, adaptée à l'entrepreneuriat, permet d'examiner la manière dont l'intention d'entreprendre d'un individu est potentiellement transformé en choix de carrière à travers son comportement.

Les barrières endogènes perçues renvoient aux contraintes internes ou personnelles qu'un individu anticipe, comme un manque de compétences spécifiques, de confiance en soi, ou la peur de l'échec. Ces perceptions agissent directement sur le contrôle comportemental perçu de la TSCC, diminuant la conviction de l'individu quant à sa capacité à réussir une initiative entrepreneuriale (Lent *et al.*, 2002). Si un individu perçoit qu'il lui manque les aptitudes nécessaires, malgré un intérêt certain, son intention de s'engager dans l'entrepreneuriat pourrait être affaiblie.

Parallèlement, les barrières exogènes perçues concernent les obstacles externes liés à l'environnement, tels que le manque d'accès au financement, à des réseaux pertinents, à des ressources matérielles, ou encore à un cadre réglementaire défavorable. Ces facteurs contextuels peuvent directement moduler les résultats espérés (Liguori *et al.*, 2018). En outre, la perception de ces barrières externes peut également influencer l'attitude envers l'entrepreneuriat, la rendant moins favorable si les défis sont jugés insurmontables.

2.3. FACTEURS LIÉS AU GENRE

De nombreuses recherches ont mis en relief l'existence de différences significatives entre les hommes et les femmes en entrepreneuriat. Ces différences sont perceptibles autant concernant les barrières perçues et les motivations entrepreneuriales (Shinnar *et al.*, 2012) que l'intensité de l'intention d'entreprendre (Wilson *et al.*, 2007).

D'une part, en comparaison de leurs homologues masculins, les femmes rejettent davantage le choix d'une carrière entrepreneuriale parce qu'elles se considèrent comme manquant de compétence et de connaissances entrepreneuriales mais surtout, incapables de répondre aux défis d'une entreprise car elles sont peu socialisées dans les rôles entrepreneuriaux qui sont surtout assimilés à la masculinité (Wilson *et al.*, 2007). Cette perception d'un déficit de compétences et de connaissances est étroitement liée au concept d'auto-efficacité entrepreneuriale, un prédicteur clé de l'intention (Bandura, 1986). Ces perceptions de l'auto-efficacité sont influencées par la socialisation et le soutien de l'environnement, des facteurs qui diffèrent selon le genre et des interventions spécifiques peuvent moduler cette perception chez les femmes (St-Jean & Jacquemin, 2022; St-Jean *et al.*, 2022).

D'autre part, une des raisons du rejet de la carrière entrepreneuriale des femmes serait liée à leur perception d'être peu socialisées dans ces rôles, par manque de modèles ou d'encouragements spécifiques liés à leur genre. Les travaux de Byrne *et al.* (2019), mettent en lumière l'importance des modèles de rôle dans le développement de l'entrepreneuriat féminin, montrant comment la perception de ces "*superwomen*" peut influencer l'intention et l'action.

Santos *et al.* (2016) ont spécifiquement analysé les différences de genre et l'environnement social dans le développement des intentions entrepreneuriales, soulignant comment le contexte social peut renforcer ou atténuer les disparités de l'intention d'entreprendre chez les hommes et les femmes. Dans les économies émergentes, les normes sociales restrictives et l'accès limité aux ressources sont d'autant plus prégnants. Karim *et al.* (2023) ont mis en évidence l'impact de ces facteurs sur les intentions d'entreprendre des femmes, soulignant même l'influence de dynamiques familiales et sociales spécifiques. Quant aux étudiants et étudiantes, ceux du genre masculin développeraient une intention d'entreprendre plus prononcée par rapport à leurs homologues féminins (Shinnar *et al.*, 2012).

Ces constats soulignent que les facteurs liés au genre sont présents avant même que la personne ne devienne entrepreneure et qu'ils influencent significativement le choix d'embrasser une carrière entrepreneuriale ainsi que les formes qu'elle prendra. Intégrer la dimension du genre dans une étude sur l'intention d'entreprendre en contexte particulier tel que celui de Madagascar est par ailleurs impératif pour comprendre les racines et les disparités potentielles de cette intention d'entreprendre des hommes et des femmes.

2.4. CADRE CONCEPTUEL

Cette section présente les principaux modèles théoriques mobilisés dans cette recherche afin de rendre explicites les mécanismes supposés de formation de l'intention d'entreprendre chez les étudiant·es malgaches.

2.4.1. PRÉSENTATION DU MODÈLE CONCEPTUEL

Dans le cadre de la présente étude, le modèle conceptuel proposé à la figure 4 vise à comprendre les mécanismes sous-jacents à l'intention d'entreprendre, qui est la variable dépendante centrale. La TCP d'Ajzen (1991) et la TSCC de Lent *et al.* (2002) gagnent à être combinés. Au-delà d'une simple accumulation de variables, le modèle combiné permet l'intégration de facteurs supplémentaires qui sont nécessaires pour capturer la complexité des antécédents de l'intention d'entreprendre notamment en ce qui concerne les obstacles perçus.

La TCP modélise l'intention comme une fonction de l'attitude, des normes subjectives et du contrôle comportemental perçu (Ajzen, 1991). Tandis que l'attitude entrepreneuriale (l'évaluation de l'attractivité de l'entrepreneuriat) et les normes subjectives (les pressions sociales perçues) sont des moteurs reconnus de l'intention, la TCP peine à saisir les nuances des facteurs psychologiques et environnementaux qui modèlent ces perceptions spécifiquement dans un contexte aussi incertain que l'entrepreneuriat.

La TSCC, en s'appuyant sur l'auto-efficacité, les résultats espérés et les buts (Lent *et al.*, 2002), apporte une dimension plus profonde à l'idée du contrôle comportemental perçu. L'auto-efficacité entrepreneuriale, qui est la conviction d'un individu en sa capacité à réussir les tâches liées à la création d'entreprise (Bandura, 1986), est un puissant prédicteur. Cependant, même la TSCC ne distingue pas toujours explicitement les barrières intrinsèques à

l'individu de celles inhérentes à son environnement. Cela laisse une lacune dans la compréhension des raisons pour lesquelles, malgré une forte auto-efficacité ou une attitude positive, l'intention peut ne pas se concrétiser. Les travaux en entrepreneuriat ont démontré que des facteurs comme la propension au risque et la perception des contraintes externes sont des éléments distincts qui influencent l'intention d'entreprendre, au-delà des construits classiques de la TCP et de la TSCC.

Dans le cadre de ce modèle, l'attitude entrepreneuriale, un concept issu de la TCP (Ajzen, 1991), évalue la perception personnelle et l'attractivité de l'entrepreneuriat pour l'individu. Une évaluation positive de l'entrepreneuriat comme une voie souhaitable est un moteur direct de l'intention.

Également dérivées de la TCP (Ajzen, 1991), les normes subjectives reflètent la perception qu'un individu a des attentes ou des pressions sociales exercées par des groupes de référence significatifs (famille, amis, enseignants) à l'égard de l'entrepreneuriat. Une perception de soutien social renforce l'intention.

L'intégration de l'auto-efficacité entrepreneuriale, issue de la TSCC offre une dimension explicative qui enrichit la notion de contrôle comportemental perçu de la TCP. Ce concept représente la conviction de l'individu en sa propre capacité à exécuter avec succès les tâches à maîtriser les défis inhérents à la création et à la gestion d'une entreprise. Une auto-efficacité élevée est un prédicteur robuste de l'intention, car elle confère à l'individu la confiance nécessaire pour envisager et poursuivre une voie entrepreneuriale (Bandura, 1986).

Le modèle gagne en acuité analytique en incluant à la fois l'attitude entrepreneuriale et les obstacles endogènes perçus. Si l'attitude représente une évaluation globale de la désirabilité, les obstacles endogènes perçus prennent

en considération les origines de la confiance entrepreneuriale. Le modèle incorpore les « Obstacles endogènes perçus » issue de la TSCC. Ces facteurs représentent des barrières psychologiques et des lacunes perçues dans les compétences qui résident au sein de l'individu et qui influencent directement ou indirectement son intention d'entreprendre en augmentant la perception de la difficulté ou de risque personnel associé à l'entrepreneuriat.

L'intégration des obstacles exogènes perçus, issus de la TSCC permet de mettre en lumière les contraintes et défis perçus dans l'environnement externe à l'individu. La TSCC modélise spécifiquement comment ces barrières environnementales, distincte des obstacles endogènes, peuvent influencer la formation des intentions en rendant l'entrepreneuriat moins accessible ou plus difficile à réaliser (Lent *et al.*, 2000). En entrepreneuriat, l'incertitude est une constante, et la volonté d'un individu à s'engager dans des situations incertaines ou potentiellement risquées est déterminante (Robinson & Marino, 2015). Une faible propension au risque, ou une aversion marquée pour l'incertitude, peut constituer un obstacle endogène majeur, même si l'entrepreneur potentiel possède les compétences techniques et une attitude favorable. Fasone et Puglisi (2019) soulignent la centralité du concept de risque en entrepreneuriat, notant que les perceptions individuelles du risque peuvent fortement influencer la décision de créer une entreprise. L'intégration de ces obstacles endogènes permet de mieux comprendre les sources intrinsèques de l'appréhension entrepreneuriale et leurs impacts sur l'intention.

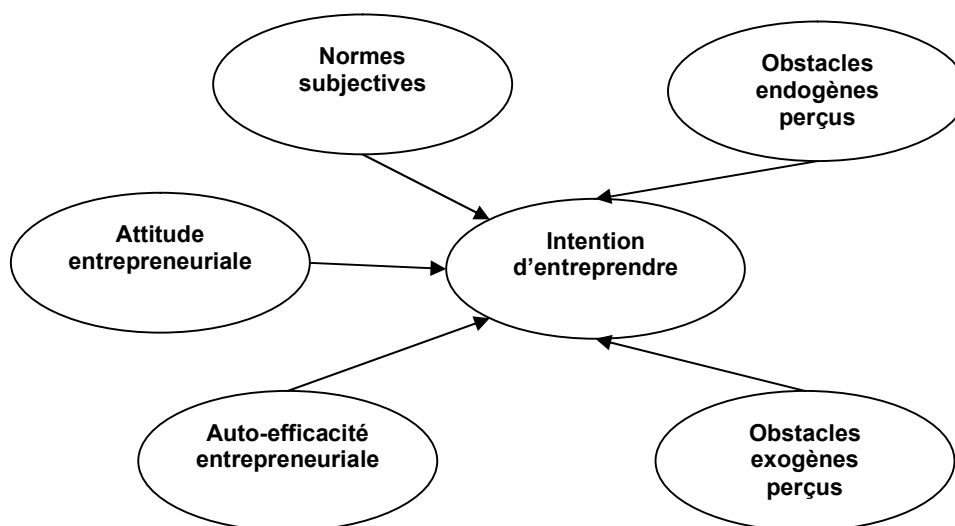
Les **obstacles exogènes perçus** sont les contraintes et défis anticipés dans l'environnement externe à l'individu. La TSCC modélise comment ces barrières environnementales, distinctes des facteurs personnels, peuvent rendre l'entrepreneuriat moins accessible ou plus difficile à réaliser (Lent *et al.*, 2000). La difficulté perçue à obtenir des capitaux, qu'il s'agisse de prêts bancaires, de capital-risque ou de subventions, peut être un frein majeur. Les femmes

entrepreneures, par exemple, sont souvent confrontées à une perception accrue de cette barrière, due en partie à des biais systémiques dans l'accès aux capitaux (Brush *et al.*, 2009). Au-delà des obstacles matériels, les stéréotypes de genre peuvent constituer des obstacles exogènes significatifs. Les perceptions sociétales selon lesquelles l'entrepreneuriat est un domaine "masculin" peuvent réduire les opportunités perçues et le soutien reçu par les femmes, affectant ainsi leur intention (Jennings & Tonoyan, 2022; Laguía *et al.*, 2022).

Tel que mentionné précédemment, les perceptions et les réponses comportementales relatives à l'entrepreneuriat peuvent différer significativement selon le genre de l'individu (Brush *et al.*, 2009; Dabic *et al.*, 2012; Shinnar *et al.*, 2012; Vamvaka *et al.*, 2020). Ces différences ne relèvent pas d'une essence intrinsèque du genre, mais découlent de processus de socialisation genrée, de l'accès différencié aux ressources, de stéréotypes de genre, des attentes sociétales différenciées et des inégalités dans l'accès aux ressources (telles que le capital financier) et les réseaux (Gupta *et al.*, 2009; Jennings & Tonoyan, 2022; Laguía *et al.*, 2022) En testant les effets du genre sur les différentes variables d'influence de l'intention d'entreprendre, cette recherche vise à fournir une compréhension plus nuancée des facteurs qui influencent l'intention d'entreprendre, en reconnaissant les différences de perceptions entre les genres.

La figure 4 propose une synthèse du cadre conceptuel retenu. Elle illustre la manière dont la TCP et la TSCC sont articulées dans ce mémoire pour expliquer l'intention d'entreprendre. Cette schématisation permet de formuler explicitement les hypothèses présentées dans la section suivante.

Figure 4
Modèle conceptuel¹⁵



2.4.2. Hypothèses de recherche

Il est à rappeler que l'idée centrale de cette recherche est d'analyser l'interaction des facteurs déterminants de l'intention d'entreprendre en postulant une relation positive ou négative entre chaque antécédent et l'intention d'entreprendre. Le modèle conceptuel de recherche s'appuie sur les cadres théoriques de la TCP d'Ajzen (1991) et la TSCC de Lent *et al.* (2002).

Les notions et concepts présentés précédemment ainsi que le modèle choisi par rapport à la littérature permettent d'identifier les facteurs qui interagissent et influencent l'intention d'entreprendre dans le cadre de cette étude. Les hypothèses de recherche formulées permettront de valider ou non les supposés liens d'influence entre les différentes variables identifiées en se

¹⁵ inspiré de la TCP d'Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. et de la TSCC de Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). Social cognitive career theory. *Career Choice and Development (4th Ed.)*, 255-311.

basant sur la littérature. La littérature mobilisée dans le cadre de cette recherche et le modèle à tester sont basés sur la combinaison de la TCP d'Ajzen (1991) et la TSCC de Lent *et al.* (2002) de laquelle découlent les hypothèses de recherche qui vont suivre.

Par ailleurs, la prise de considération du genre comme modérateur dans le cadre de cette recherche découle de l'évidence théorique et empirique des parcours et perceptions différenciés pour les hommes et les femmes en entrepreneuriat (Noguera *et al.*, 2013) ; (Shinnar *et al.*, 2012) ; (Wilson *et al.*, 2007).

2.4.2.1. L'attitude entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre

L'attitude d'un individu, c'est-à-dire son évaluation favorable d'un comportement, est un déterminant direct de son intention de réaliser un comportement ou non (Ajzen, 1991). En contexte entrepreneurial, l'attitude présente une corrélation substantielle avec l'intention entrepreneuriale. Une perception favorable et désirable de l'entrepreneuriat par l'individu conduit à une intention plus forte de s'y engager (Schlaegel & Koenig, 2014). Tout porte à croire que les personnes étudiantes dans les institutions malgaches verront leur intention d'entreprendre augmentée du fait d'avoir une attitude favorable à l'égard de l'entrepreneuriat comme carrière. D'où l'hypothèse suivante :

H1 : L'attitude entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre

2.4.2.2. Les normes subjectives et l'intention d'entreprendre

Les normes subjectives réfèrent à la perception qu'un individu a des attentes sociétales (la famille, les amis, les enseignants) quant à l'adoption de comportement entrepreneurial. Liñán et Chen (2009) soulignent que, malgré une relation statistiquement moins stable, dans certains contextes, les normes

subjectives jouent un rôle non négligeable dans la formation de l'intention d'entreprendre. Cette situation devrait être valable pour les personnes étudiantes malgaches, pour qui l'appui des personnes de leur entourage envers la carrière d'entrepreneur pourrait être à même de leur donner le goût de s'investir en entrepreneuriat. Dès lors, nous posons l'hypothèse suivante :

H2 : Les normes subjectives influencent positivement l'intention d'entreprendre

2.4.2.3. L'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre

L'auto-efficacité entrepreneuriale est la croyance qu'un individu a de ses capacités à réaliser les tâches nécessaires à la création et à la gestion d'une entreprise. Une forte conviction en ses propres capacités à accomplir les tâches entrepreneuriales réduit la perception des obstacles et augmente la détermination à poursuivre l'objectif (Lent *et al.*, 1994). Cette observation a été faite à de nombreuses reprises et dans de nombreux contextes (Newman *et al.*, 2019). Dès lors, nous posons l'hypothèse suivante :

H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale perçue influence positivement l'intention d'entreprendre

2.4.2.4. Les obstacles endogènes perçus et l'intention d'entreprendre

Les obstacles endogènes perçus désignent les barrières internes que l'individu associe à ses propres capacités, traits psychologiques ou ressources personnelles. Des perceptions internes négatives peuvent réduire considérablement la faisabilité perçue du projet d'entreprendre et diminuer la confiance en sa propre capacité à réussir (Shapiro & Sokol, 1982). Lorsque les individus doutent de leurs propres aptitudes ou ressources internes, cela crée un frein psychologique puissant à la formation de l'intention d'entreprendre, même si des opportunités externes existent ou si l'entrepreneuriat est perçu

comme une carrière désirable. Des études empiriques récentes valident l'impact négatif de ces perceptions internes sur l'intention d'entreprendre chez les étudiant·es universitaires, en dépit de leur intérêt pour la carrière entrepreneuriale (Kariv *et al.*, 2025; Nowiński *et al.*, 2019; Shinnar *et al.*, 2012).

Pour mieux cerner la nature de ces obstacles endogènes, notre mesure inclut plusieurs composantes qui capturent ces dimensions psychologiques et personnelles. La première composante est le manque de compétences entrepreneuriales spécifiques. Cette composante évalue la perception de l'individu quant à ses lacunes en matière de compétences nécessaires pour démarrer et gérer une entreprise, telles que la gestion financière, le marketing, la négociation ou la prise de décision stratégique. Une faible perception de ces compétences, même si elle est subjective, agit comme un frein interne (Chen *et al.*, 1998; Krueger Jr *et al.*, 2000). La seconde composante est l'aversion au risque ou la faible propension au risque. Cette composante mesure la réticence de l'individu à s'engager dans des situations incertaines ou à forte probabilité d'échec financier ou personnel. L'entrepreneuriat étant intrinsèquement lié à l'incertitude et au risque, une forte aversion au risque peut constituer un obstacle endogène majeur, comme le soulignent Robinson et Marino (2015) ainsi que Fasone et Puglisi (2019). La troisième composante est la peur de l'échec. Cette composante évalue l'appréhension de l'individu face aux conséquences négatives potentielles de l'échec entrepreneurial, qu'elles soient financières, sociales ou psychologiques. Cette peur peut inhiber la prise d'initiative et la persévérance nécessaires à l'intention d'entreprendre (Fasone & Puglisi, 2019). La quatrième composante est le manque de confiance en ses propres capacités de leadership ou de gestion. Au-delà des compétences techniques, cette composante explore la perception de l'individu quant à sa capacité à diriger une équipe, à prendre des décisions difficiles ou à gérer les complexités inhérentes à une entreprise. Une auto-évaluation négative dans ces domaines réduit la conviction de pouvoir maîtriser le rôle d'entrepreneur

(Bandura, 1997). La dernière composante est la perception d'un manque de persévérance ou de résilience personnelle. L'entrepreneuriat exige une forte capacité à surmonter les obstacles et les revers. Si un individu perçoit qu'il lui manque la ténacité nécessaire pour faire face aux difficultés inévitables, cela peut constituer un obstacle endogène significatif à la formation de son intention (Baum & Locke, 2004).

Ces perceptions internes négatives, en diminuant la faisabilité perçue et la confiance en soi, ont un impact direct sur la composante de contrôle comportemental perçue de la TCP d'Ajzen (1991) et sur l'auto-efficacité de la TSCC de Lent *et al.* (2002). Dès lors, nous posons l'hypothèse suivante :

H4 : Les obstacles endogènes perçus influencent négativement l'intention d'entreprendre

2.4.2.5. Les obstacles exogènes perçus et l'intention d'entreprendre

Dans le prolongement des travaux sur l'intention d'entreprendre, plusieurs modèles reconnaissent l'influence significative de l'environnement perçue sur les comportements d'engagement entrepreneurial (Krueger Jr *et al.*, 2000); (Shapero & Sokol, 1982). La TSCC, élaborée par Lent *et al.* (2000), introduit notamment les facteurs contextuels comme modérateurs clés des intentions et des choix de carrière, soulignant que les obstacles environnementaux peuvent compromettre le développement de l'intérêt et de l'intention à poursuivre une trajectoire entrepreneuriale. Ces obstacles exogènes perçus, tels que le manque d'accès au financement, l'instabilité économique, la rigidité des réglementations ou encore l'absence de soutien social, sont régulièrement identifiés comme des freins psychologiques dans l'appréciation de la faisabilité d'un projet entrepreneurial (Krueger Jr *et al.*, 2000; Sieger *et al.*, 2019). En effet, lorsque l'individu perçoit son environnement comme peu propice à l'entrepreneuriat, les coûts psychologiques, sociaux ou administratifs liés à

l'action entrepreneuriale apparaissent plus élevés que les bénéfices anticipés, réduisant ainsi l'intention de s'y engager (Shinnar *et al.*, 2014). Dans cette perspective, la perception de barrières externes constitue un facteur inhibiteur central de l'intention d'entreprendre, en affaiblissant la conviction que les efforts consentis mèneront à des résultats tangibles ou accessibles (Ahmed *et al.*, 2025). Cette dynamique justifie l'hypothèse suivante :

H5 : Les obstacles exogènes perçus influencent négativement l'intention d'entreprendre

2.4.2.6. Effet modérateur du genre

Les femmes rapportent plus souvent des niveaux moyens d'attitude entrepreneuriale inférieurs à ceux des hommes (Shinnar *et al.*, 2012; Wilson *et al.*, 2007). Pourtant, une attitude favorable envers l'entrepreneuriat semble avoir un poids plus déterminant pour générer l'intention d'entreprendre chez les femmes (Noguera *et al.*, 2013; Wilson *et al.*, 2007). Cela mène à vérifier si pour les femmes de Madagascar, le fait d'avoir une attitude favorable envers l'entrepreneuriat aura un effet plus marqué pour générer l'intention d'entreprendre. En effet, ayant généralement des scores moyens d'attitudes plus faibles, l'effet de l'attitude sera probablement plus marqué pour les femmes que pour les hommes. Dès lors, nous posons l'hypothèse suivante :

H1a : L'effet positif de l'attitude entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les femmes que chez les hommes

Plusieurs travaux montrent que les femmes sont plus sensibles aux attentes sociales dans leur projet d'entreprendre. Entrialgo et Iglesias (2016) signalent que l'approbation sociale a un effet substantiel sur l'intention d'entreprendre des femmes. Liñán et Chen (2009) soulignent que, dans un cadre où la sensibilité sociale varie selon le genre, les normes subjectives pourraient avoir un effet

plus prononcé chez les femmes. Cela pourrait être également le cas à Madagascar, où l'entrepreneuriat n'est pas forcément valorisé comme carrière pour les femmes. Dès lors, nous posons l'hypothèse suivante :

H2a : L'effet positif des normes subjectives sur l'intention d'entreprendre sera plus importante pour les femmes que pour les hommes

Malgré des compétences objectives parfois similaires, les femmes peuvent avoir tendance à évaluer plus modestement leur propre efficacité en entrepreneuriat, comparativement aux hommes (St-Jean *et al.*, 2022). Ces différences de perception peuvent limiter l'élaboration de l'intention, même en présence d'autres facteurs favorables (Shinnar *et al.*, 2012). Dans ce contexte, l'auto-efficacité entrepreneuriale pourrait avoir un effet plus grand pour générer l'intention d'entreprendre pour les femmes que pour les hommes. En effet, les hommes ayant davantage confiance en leurs compétences entrepreneuriales, l'effet de cette confiance pour générer l'intention d'entreprendre pourrait être plus faible. Conséquemment, nous posons l'hypothèse suivante :

H3a : L'auto-efficacité associée à l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les hommes que chez les femmes

Une méta-analyse réalisée par Henry *et al.* (2016) révèle que les femmes sont plus sensibles que les hommes aux obstacles psychologiques et sociaux perçus. Ces obstacles agissent comme des freins internes, affectant directement la formation de l'intention d'entreprendre. Leurs résultats démontrent une interaction significative entre le genre et la perception des obstacles, soutenant ainsi l'idée que les femmes internalisent plus fortement les barrières, ce qui impacte leur confiance et leur décision de se lancer. Ces constats convergent pour appuyer l'hypothèse suivante :

H4a : L'effet négatif des obstacles endogènes perçus sur l'intention d'entreprendre sera plus important pour les femmes que pour les hommes

Des études empiriques et théoriques ont montré que les femmes perçoivent généralement davantage d'obstacles exogènes que les hommes et sont plus affectées psychologiquement par ces derniers, notamment en raison de normes sociales, de rôles genrés intériorisés et d'un accès inégal aux ressources entrepreneuriales (Wilson *et al.*, 2007); (Elam *et al.*, 2019); (Shinnar *et al.*, 2012). Conséquemment, nous pourrions croire que l'effet de la perception d'obstacles exogènes pour réduire l'intention d'entreprendre sera plus marqué pour les femmes que pour les autres. En conséquence, nous posons l'hypothèse suivante :

H5a : L'effet négatif des obstacles exogènes perçus sur l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les femmes que chez les hommes

CHAPITRE 3 : METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Ce chapitre présente et justifie la démarche méthodologique pour l'élaboration du mémoire. Il décrit la situation dans laquelle se déroule la recherche ainsi que les intentions du chercheur. Il est à rappeler que l'objectif de la présente recherche est de comprendre l'influence des facteurs autant personnels qu'exogènes sur le développement de l'intention d'entreprendre des étudiant·es malgaches. Cela consiste à analyser l'interaction de ces différents facteurs sur l'intention d'entreprendre chez l'individu en faisant recours à une méthodologie basée sur une posture de vérification d'hypothèses de recherche. Aussi est-il important de mettre en lumière la stratégie de recherche, la population étudiée, l'échantillonnage, la méthode de collecte de données, les instruments de mesure des diverses variables ainsi que les méthodes d'analyse des données.

3.1. POSTURE EPISTEMOLOGIQUE DE RECHERCHE

Prévost et Roy (2015) se basent sur les travaux de Checkland et Poulter (2006) pour affirmer que « *selon la posture épistémologique adoptée par le chercheur, le point d'ancrage (de la recherche) sera différent* ». Cette posture épistémologique est la pierre angulaire d'un projet de recherche. Selon Fortin et Gagnon (2016), « *la conception et l'application du devis sont influencés par les positions philosophiques du chercheur selon le paradigme qu'il a choisi* ».

L'approche du chercheur dans le cadre de cette étude repose sur la conviction que la relation entre les déterminants de l'intention d'entreprendre est mesurable, quantifiable et modélisable, bien que reconnaissant la complexité de la réalité sociale et l'impossibilité d'une observation totalement neutre. L'utilisation d'échelles de mesure quantitative et l'évaluation de leur fiabilité et validité, ainsi que l'application de tests statistiques pour confirmer ou infirmer les relations, sont des caractéristiques fondamentales de cette posture qui cherche

à expliquer des phénomènes sociaux en testant des hypothèses causales et en quantifiant les relations entre les variables. Il s'agit d'une posture **positiviste**.

Pour être plus précis, le mode de raisonnement choisi pour aborder cette étude est **hypothético-déductif**. Dans le cas de la présente recherche, la théorie occupe une place prépondérante dans son orientation. La littérature est ici mobilisée en tant que source permettant d'identifier des variables à étudier et la possibilité de l'existence d'une relation entre elles. Cela nous oriente vers une méthode de recherche quantitative. Des hypothèses sont émises pour postuler des relations associatives et causales entre les variables identifiées par la mobilisation de la littérature.

3.2. STRATÉGIE DE RECHERCHE

3.2.1 Devis de recherche

La présente recherche repose sur un cadre conceptuel tiré de la littérature. Des variables, des facteurs et des relations de causalité sont avancés, du moins, postulés. L'étude tente de quantifier et de faire une vérification de l'influence des facteurs qui seraient à l'origine de l'intention d'entreprendre des étudiant-es de vouloir se lancer dans une carrière entrepreneuriale. Nous cherchons à établir la relation supposée entre plusieurs variables. En s'appuyant sur la TCP développée par Ajzen (1991) et la TSC de Lent *et al.* (2002), la présente étude considère les facteurs individuels et motivationnels comme des antécédents qui développe l'intention d'entreprendre.

Il s'agit en outre de la vérification théorique d'une relation d'association entre des variables. Elle repose sur une formulation d'hypothèses qui seront par la suite mises à l'épreuve. Il est question de vérifier la relation d'influence des facteurs intrinsèquement liés à la personne (perception des obstacles endogènes, auto-efficacité entrepreneuriale et attitude envers l'entrepreneuriat),

celle des facteurs extrinsèquement liés à personne (normes subjectives et perception d'obstacles exogènes) et de voir comment le genre modère l'effet de ces variables sur l'intention d'entreprendre. Il est à rappeler que cette vérification a pour but d'explorer et de décrire ces dites relations.

Dans la mesure où les hypothèses formulées se basent sur la littérature et que l'intention est de vérifier la mise en lumière des relations entre diverses variables, il s'agit d'une étude **hypothético-déductive de type transversal et corrélationalnel**. S'en suit une analyse quantitative des données recueillies grâce à des questionnaires soumises à une vaste population étudiante dont les détails seront explicités ci-après.

3.2.2 Méthode de collecte de données

Pour cette étude, l'analyse est effectuée sur une base de données existante. Les données analysées sont donc des données secondaires. Elles ont été récoltées par une équipe de chercheurs menés par Étienne St-Jean dans le cadre du projet JMCT. Il est à rappeler que le projet vise à promouvoir l'employabilité de jeunes malgaches issus de neuf établissements partenaires (ci-après dénommées « établissements partenaires ») situés dans les régions d'Antananarivo, Ambositra et Antsiranana. Cinq de ces établissements sont de niveau universitaire et quatre sont des lycées techniques professionnels. La participation des étudiant·es à l'enquête a été faite de manière libre et volontaire et le remplissage du questionnaire prenait aux alentours de 20 minutes.

Six établissements ont distribué les questionnaires en papier en les faisant remplir en présentiel. Les questionnaires, dans ce mode d'administration sont en version bilingues (français et malagasy¹⁶) et les données ont été saisies par l'équipe JMCT ou les partenaires. Pour les trois autres établissements, le

¹⁶ Il est à noter que le terme « *malagasy* », dans ce contexte, désigne la langue officielle de Madagascar.

questionnaire a été partagé à partir du lien internet du logiciel *Survey Monkey*¹⁷. Celui-ci était en version française.

3.2.3. Participants

La population étudiante a été choisie en raison du fait que leur statut les expose particulièrement à une large variété de choix d'orientation professionnelle. En effet, ceux-ci sont confrontés à des orientations d'intention de carrière aussi diversifiés que l'éventail de choix qui s'offrent à eux. C'est ce contexte si particulier au statut d'étudiant·e qui laisse supposer que leur intention d'entreprendre peut se renforcer ou diminuer selon l'influence de la force et/ou du développement des facteurs personnels et extra-personnels.

Comme l'illustre le tableau 1, l'échantillon total est composé de 3 277 répondant·es, étudiant·es inscrit·es auprès des neuf institutions partenaires du projet JMCT. Chaque établissement a fait en sorte de faire participer des étudiants et étudiantes de niveaux de cycles scolaires différents. Les répondant·es de niveau universitaire étudient à l'Institut supérieur de Technologie d'Antananarivo (IST-T : 16%), l'Institut supérieur de Technologie d'Antsiranana (IST-D : 2%), l'Institut supérieur de Technologie d'Ambositra (IST-A : 9%), l'Institut National des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises (INSCAE-Antananarivo : 24%), l'Institut National de Tourisme et de l'Hôtellerie (INTH-Antananarivo : 7%).

Les répondant·es de niveau collégial sont issus du Lycée Technique Professionnel d'Ambositra (LTP-Ambositra : 10%), du Lycée Technique Professionnel du Génie Civil Mahamasina (LTPGC-Antananarivo : 15%), du Lycée Technique professionnel d'Antsiranana (LTP-Antsiranana : 6%), du Lycée technique d'Ampefiloha (LTA-Antananarivo : 11%).

¹⁷ <http://www.surveymonkey.com/>

La répartition des répondant·es n'est pas uniforme, avec une contribution numériquement prépondérante de certains établissements par rapport à d'autres. Il y a une concentration significative des répondant·es dans trois établissements. L'INSCAE est l'établissement le plus représenté, avec 773 étudiant·es, ce qui correspond à 23,6%. Il est suivi par l'IST-T avec 522 répondant·es (15,9%) et le LTPGC Mahamasina avec 484 répondant·es (14,8%). À eux seuls, ces trois établissements regroupent 1 779 participants, soit plus de la moitié (54,3%) de l'ensemble des répondant·es de l'enquête.

À l'autre extrémité du spectre, certains établissements affichent une participation plus modeste. L'IST-D est l'institution la moins représentée dans l'échantillon, avec 53 répondant·es, ce qui équivaut à 1,6% du total. D'autres établissements comme le LTP Diego (216 répondant·es, soit 6,6%) et l'INTH (236 répondant·es, soit 7,2%) ont également des effectifs de répondant·es qui se situent sous la barre des 8% de l'échantillon.

Tableau 1
Population totale étudiée

Acronyme	Établissement	Niveau	Nombre	Taux (en pourcentage)
IST-T	Institut Supérieur de Technologie d'Antananarivo	Universitaire	522	15,9
IST-D	Institut Supérieur de Technologie d'Antsiranana	Universitaire	53	1,6
IST-A	Institut Supérieur de Technologie d'Ambositra	Universitaire	300	9,2
INSCAE-Antananarivo	Institut National des Sciences Comptables et	Universitaire	773	23,6

Acronyme	Établissement	Niveau	Nombre	Taux (en pourcentage)
	de l'Administration d'Entreprises			
INTH- Antananarivo	Institut National de Tourisme et d'Hôtellerie	Universitaire	236	7,2
LTP- Ambositra	Lycée Technique Professionnel d'Ambositra	Collège	326	9,9
LTPGC- Antananarivo	Lycée Technique Professionnel du Génie Civil Mahamasina	Collège	484	14,8
LTP- Antsiranana	Lycée Technique Professionnel d'Antsiranana	Collège	216	6,6
LTA- Antananarivo	Lycée Technique d'Ampefiloha	Collège	367	11,2
		Total	3 277	100

3.2.3.1. Distribution par programme de formation

Les répondant·es sont dans une grande proportion (79,4%) sont inscrits dans des programmes de formation initiale, tandis qu'une plus petite proportion (20,6 %) suit une formation continue. Les répondant·es se répartissent dans les différents domaines d'études en fonction de l'établissement partenaire auprès duquel il est inscrit. Il est pourtant important de noter qu'une concentration importante de 29,0 % est observée parmi les étudiant·es inscrit·es dans des domaines liés aux travaux publics et à la construction. 16,1 % des étudiant·es sont spécialisé·es dans le tourisme, l'hôtellerie et la restauration. Les 55 % restants sont dispersé·es dans d'autres domaines de spécialisation. Il est intéressant de noter que ces domaines d'études présentent des disparités entre

les genres, avec des proportions inégales d'hommes et de femme dans les programmes de formation.

La grande majorité de ces étudiant·es (78,9%) ne travaillent pas en étant aux études. Toutefois, une partie d'entre eux (13,5%) travaille moins de 40 heures par semaine, tandis qu'une minorité (7,6%) consacre 40 heures ou plus à son emploi tout en poursuivant ses études.

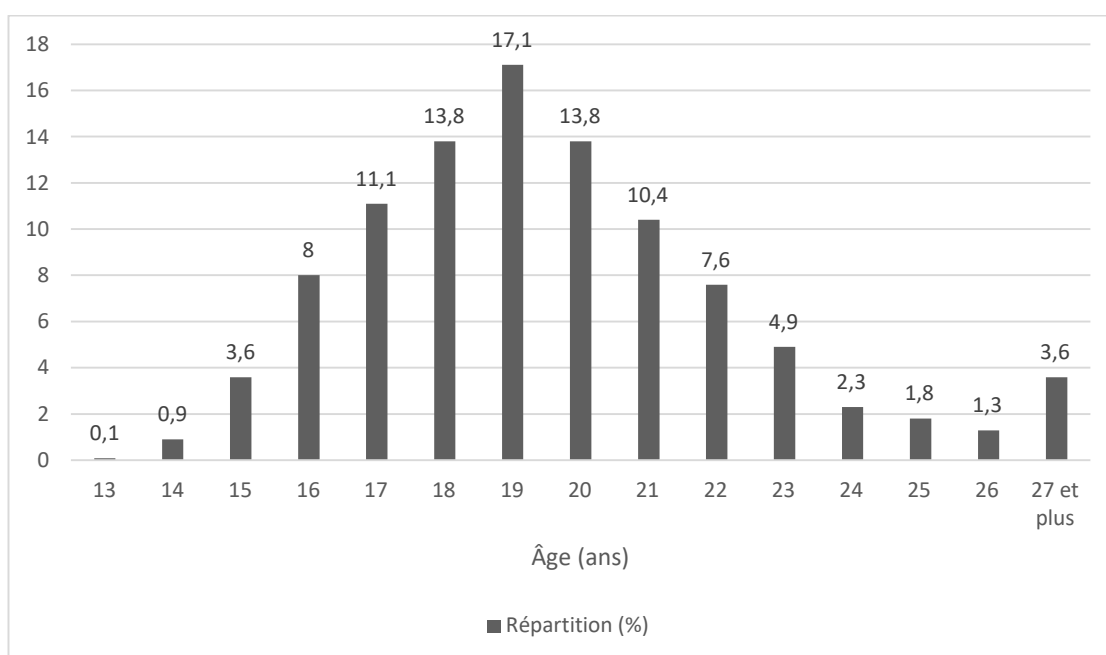
3.2.3.2. Distribution par genre

Au total, 3 225 étudiant·es ont fourni une réponse à la question sur leur sexe. 52 personnes, soit 1,6% du total des participant·es n'ont pas répondu à cette question spécifique. L'échantillon total représente les deux groupes dans des proportions presque égales, avec 51,9% d'hommes et 48,1% de femmes. Cette quasi-parité permet de constater qu'autant d'hommes que de femmes ont participé·es à l'enquête.

3.2.3.3. Distribution par âge

Au total, 3 207 étudiant·es ont fourni une réponse à la question sur l'âge et 70 n'ont pas fourni d'information sur cette question. L'âge moyen de l'ensemble des répondant·es est de 19,74 ans avec un écart-type de 3,60. L'âge médian est de 19 ans, s'étendant de 13 à 44 ans. Près de 74% des répondant·es est âgé entre 17 et 22 ans. Après 23 ans, le nombre de participant·es pour chaque âge devient nettement plus faible, et les personnes de plus de 30 ans ne représentent qu'une infime partie de l'ensemble des répondant·es.

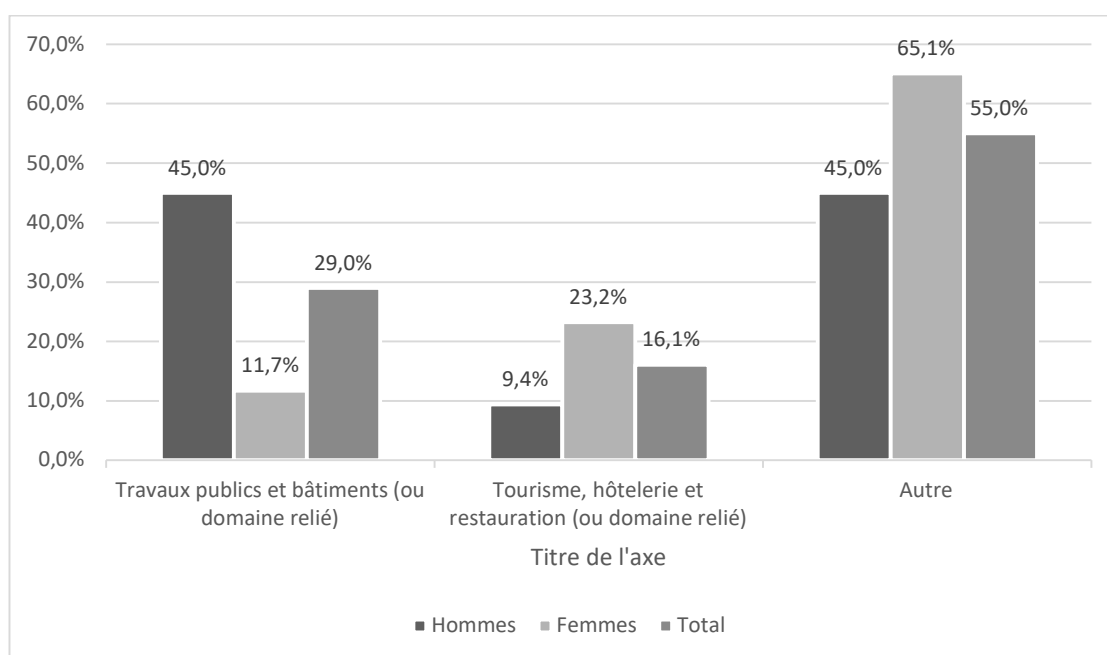
Figure 5
Répartition de l'âge des répondant·es



3.2.3.4. Domaines d'études

Les répondant·es sont inscrits dans différents domaines d'étude, selon les institutions. Toutefois, une concentration importante des répondant·es se trouve dans les domaines des « travaux publics et bâtiments » (29%) et du « tourisme, hôtellerie et restauration » (16,1%). Cumulativement, 45,1% de l'ensemble des participant·es sont dans ces deux domaines d'études, le reste (55%) étant dans un autre domaine. Soulignons que les domaines d'étude sont plutôt genrés, avec des proportions qui ne sont pas équivalentes d'hommes ou de femmes dans ces programmes, comme on peut le voir à la figure 6.

Figure 6
Domaines d'études



3.2.3.5. Étapes de filtration faites sur la population

Il est à rappeler que la présente étude s'intéresse à l'intention d'entreprendre des étudiantes et étudiants malgaches. Par ailleurs, la partie de la population totale présentant les caractéristiques suivantes au moment du sondage ont été retirés :

- les individus qui ont déjà possédé une entreprise auparavant mais qui ne sont plus en opération,
- les individus qui possèdent une entreprise et qui est encore en opération,
- les individus qui sont en processus de démarrage d'une entreprise,
- les individus qui travaillent à leur compte ou vendent (à leur compte) des produits/services à d'autres

3.2.4. Matériel

Le projet a eu l'approbation du comité éthique de la recherche avec les êtres humains de l'UQTR avant toute récolte de données. Le certificat du comité éthique de la recherche de l'UQTR porte le numéro CER-19-258-07.34. Les établissements ont obtenu le consentement libre et éclairé des personnes participantes avant la collecte des données et la confidentialité de la participation a été assurée. Le matériel, au sens large dans cette étude est constitué d'un questionnaire qui a été administré en deux formats : en ligne et en format papier. Les données utilisées pour cette enquête ont été anonymisées avant les analyses.

Le questionnaire (présenté en annexe) administré repose sur les éléments du modèle conceptuel qui a été présenté dans le chapitre précédent. Ce questionnaire a été réalisé en deux sections comportant des séries de questions. La première section porte sur la nature sociodémographique des participants. Les questions posées dans cette section portent sur le genre, l'âge, le domaine d'études, le niveau d'études et l'activité socio-professionnelle du répondant ou de la répondante. La deuxième section du questionnaire porte sur les antécédents du répondant ou de la répondante, à quel point il ou elle s'identifie en tant qu'entrepreneur·e, dans quelle mesure certains facteurs l'influencent dans son choix de carrière, à quel niveau son comportement reflète une intention d'entreprendre et à quel niveau il perçoit les obstacles endogènes et exogènes liés au démarrage d'entreprise.

La méthode utilisée est non probabiliste. L'échantillonnage a été effectuée de manière volontaire à travers les établissements énumérés précédemment. La taille de l'échantillon n'a pas spécifiquement été établie au préalable.

3.2.5 Instruments de mesure

Cette section permet de comprendre l'opérationnalisation des variables indépendantes, dépendantes et de contrôle. Elle explique les instruments de mesure des variables tels qu'ils sont présentés dans le questionnaire en annexe. Ces outils ont été validés pour la plupart dans des recherches antérieures.

3.2.5.1. Variable dépendante

Il est à rappeler que l'intention d'entreprendre est la variable dépendante à étudier dans la présente recherche. La mesure de Schlaegel et Koenig (2014) a marqué la littérature en entrepreneuriat et est utilisée dans la présente étude.

L'intention d'entreprendre est mesurée par trois items, adaptés de Fernández-Pérez *et al.* (2019). Les répondant·es devaient indiquer dans quelle mesure les affirmations indiquées s'appliquent à leur situation, sur une échelle de Likert variant de 1-Très en désaccord à 7-Très en accord. Les énoncés sont les suivants (voir Annexe).

Tableau 2

Mesure de l'intention d'entreprendre

Question	Code	Énoncé	Échelle
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés	IE1	Je planifie démarrer une nouvelle entreprise dans les cinq années après ma diplomation	1 = Très en désaccord 2 = En désaccord 3 = Un peu en désaccord 4 = Neutre
	IE2	Mon objectif de carrière est de devenir entrepreneur	5 = Un peu en accord 6 = En accord

Question	Code	Énoncé	Échelle
suivants :	IE3	J'ai l'intention de créer une entreprise dans les cinq prochaines années	7 = Très en accord

3.2.5.3. Variables indépendantes

Les variables indépendantes sont constituées par l'ensemble des facteurs qui sont censés influencer le développement de l'intention d'entreprendre.

Attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat

Dans la présente recherche, l'attitude entrepreneuriale concerne quatre dimensions. D'abord, il y a la charge de travail qui consiste à la volonté de l'individu de rechercher un travail qui ne l'oblige pas à travailler de longues heures et qui n'est pas stressant. Ensuite, il y a l'autonomie qui est le goût d'être à son propre compte et d'être indépendant. Puis, il y a la créativité qui est souvent associée à la création d'entreprise notamment lorsqu'il est question de se démarquer des concurrents ou encore d'innover. Enfin, il y a l'orientation de développement durable qui pourrait expliquer certains choix d'activités entrepreneuriales.

Ces attitudes sont mesurées sur une échelle de Likert à cinq niveaux dont l'importance dans le choix de carrière varie de 1-Pas du tout important à 5-Beaucoup important. Voici la forme de la formulation dans le questionnaire.

Tableau 3
Mesure de l'attitude entrepreneuriale

Question	Code	Énoncé	Echelle
Dans quelle mesure ces facteurs sont importants dans le choix de votre carrière	Charge de travail		1-Pas du tout important
	ATT1	Ne pas travailler de longues heures	2-Un peu important
	ATT2	Avoir des horaires de travail fixes	3-Moyennement important
	ATT3	Ne pas avoir un emploi stressant	4-Assez important
	Autonomie		5-Beaucoup important
	ATT4	Être indépendant	
	ATT5	Être son propre patron	
	ATT6	Pouvoir choisir mes propres tâches	
	Créativité		
	ATT7	Créer quelque chose	
	ATT8	Remplir mon besoin de créativité	
	Orientation DD		
	ATT9	Améliorer la société pour la rendre meilleure	
ATT10	Améliorer l'environnement et l'écologie		

Normes subjectives

Dans le cadre de cette étude, la mesure des normes subjective est adaptée des études faites par Mei *et al.* (2016) sur la perception que l'entrepreneuriat est une carrière valorisée par les personnes qui entourent un individu à savoir ses parents, amis et enseignants. Le degré d'accord pour chaque affirmation est mesuré sur une échelle de Likert à sept niveaux variant de 1-Très en désaccord à 7-Très en accord sur quatre énoncés qui sont : mes meilleur.e.s ami.e.s m'encouragent à démarrer une entreprise; mes parents trouvent qu'être entrepreneur serait une belle carrière pour moi; mes

enseignant.e.s m'encouragent à devenir entrepreneur; l'entrepreneuriat est une carrière valorisée à Madagascar.

Tableau 4

Mesure des normes subjectives

Question	Code	Énoncé	Échelle
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants :	SUB1	Mes meilleur.e.s ami.e.s m'encouragent à démarrer une entreprise	1 = Très en désaccord 2 = En désaccord 3 = Un peu en désaccord 4 = Neutre 5 = Un peu en accord 6 = En accord 7 = Très en accord
	SUB2	Mes parents trouvent qu'être entrepreneur serait une belle carrière pour moi	
	SUB3	Mes enseignant.e.s m'encouragent à devenir entrepreneur	
	SUB4	L'entrepreneuriat est une carrière valorisée à Madagascar	

Auto-efficacité entrepreneuriale

Le concept d'auto-efficacité entrepreneuriale tel qu'introduit par Bandura (1986) se développe à travers les expériences de maîtrise, l'apprentissage social modelant, la persuasion verbale et les états physiologiques émotionnels. Dans le cadre de la présente recherche, nous nous sommes inspirés des travaux de McGee *et al.* (2009) pour se focaliser sur la mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale. L'utilisation de cet outil consiste à mesurer le niveau de confiance des étudiant·es à réaliser un certain nombre de tâches associées à l'entrepreneuriat qui sont : identifier des nouveaux produits/services pour répondre à un besoin; planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits/services; expliquer et convaincre les autres de sa vision ou

de son projet d'affaires; recruter, former, gérer et diriger des employés; gérer, organiser et interpréter des états financiers.

Le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale est mesuré sur une échelle de 10 points, par bonds de 10%, selon la proportion de confiance du répondant ou de la répondante envers ses habiletés personnelles à accomplir les cinq tâches mentionnées supra. Voici la forme de la formulation dans le questionnaire.

Tableau 5

Mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale (McGee *et al.*, 2009)

Question	Code	Énoncé	Échelle
Indiquez dans quelle proportion vous avez confiance en vos habiletés personnelles pour accomplir les tâches suivantes :	ESE1	Identifier les nouveaux produits / services pour répondre à un besoin	0% = 0 10% = 1
	ESE2	Planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits / services	20% = 2 30% = 3 40% = 4
	ESE3	Expliquer et convaincre les autres de sa vision ou son projet d'affaires	50% = 5 60% = 6
	ESE4	Recruter, former, gérer et diriger des employés	70% = 7 80% = 8
	ESE5	Gérer, organiser et interpréter des états financiers	90% = 9 100% = 10

Obstacles endogènes perçus

Malgré des prédispositions, attitudes, compétences et opportunités entrepreneuriales, il arrive que certains individus puissent percevoir l'existence de barrières liées à leur personne pour ne pas créer leur entreprise. Il s'agit d'obstacles endogènes perçus qui, dans le cadre de cette étude, sont mesurés par la difficulté à gérer son stress, la peur de l'échec, la faible propension à

prendre des risques ou encore les difficultés perçues à mettre de l'avant le plan d'affaires. Le fait que les répondant·es perçoivent des obstacles pour créer leur entreprise est mesurée sur une échelle de Likert à cinq niveaux allant de 1-Pas du tout à 7-Beaucoup.

Tableau 6

Mesure des obstacles endogènes perçus

Question	Code	Énoncé	Échelle
Dans quelle mesure ces barrières influencent-elles votre décision de démarrer éventuellement une entreprise?	END1	Grande difficulté à gérer mon stress	1 = Pas du tout 2 = Un peu 3 = Moyennement 4 = Assez 5 = Beaucoup
	END2	Peur de l'échec et de faire faillite	
	END3	Faibles compétences entrepreneuriales	
	END4	Difficulté à planifier et à avoir une vision stratégique	
	END5	Faible propension à prendre des risques	

Obstacles exogènes perçus

Les obstacles exogènes perçus sont mesurés à travers dix items, codifiés de EXO1 à EXO10, soumis à l'évaluation des répondant·es. La mesure est inspirée de (Keat & Ahmad, 2012) dans (Farmer *et al.*, 2011) sur une échelle de Likert en cinq points, allant de 1 (« Pas du tout ») à 5 (« Beaucoup »). Les étudiant·es sont interrogé·es sur la mesure dans laquelle ces barrières influencent la décision de démarrer une nouvelle entreprise. Les items couvrent un spectre large d'obstacles de nature économique, réglementaire, institutionnelle et socio-économique.

Tableau 7

Mesure des obstacles exogènes perçus

Question	Code	Énoncé	Échelle
Dans quelle mesure ces barrières influencent-elles votre décision de démarrer éventuellement une entreprise?	EXO1	Haut taux d'intérêt sur les prêts bancaires	1 = Pas du tout
	EXO2	Coûts élevés de la main-d'oeuvre	2 = Un peu
	EXO3	Règlementation bureaucratique rigide et stricte	3 = Moyennement
	EXO4	Taxes élevées	4 = Assez
	EXO5	Manque de soutien national au démarrage d'entreprise	5 = Beaucoup
	EXO6	Compétition élevée sur les marchés	
	EXO7	Inefficacité du système de justice civil (ex. présence de corruption)	
	EXO8	Manque de soutien des parents qui sont en affaires	
	EXO9	Difficulté d'accéder au crédit	
	EXO10	Manque de partenaires de confiance	

3.2.5.4. Le genre

Tel que présenté dans le cadre conceptuel de cette recherche, le genre est une variable modératrice. Cette variable atténue ou renforce les liens entre les autres variables, influençant ainsi l'intensité de l'effet des prédicteurs sur l'effet à prédire. Dans le cadre de la présente étude, le genre est une variable à échelle binaire. Les femmes ont été codifiées par le chiffre 1 et les hommes par le chiffre 0. Wilson *et al.* (2007) mettent en lumière l'influence du genre entre les variables à l'étude qui ont été susmentionnés.

Tableau 8

Identification du genre

Question	Code	Échelle
Vous êtes :	SEXE	0 = Un homme 1 = Une femme

3.2.6. Méthodes d'analyse*3.2.6.1. Instrument d'analyse*

Le logiciel SPSS a été utilisé pour procéder à l'analyse statistique des données récoltées avec le module PROCESS. Dans le but de vérifier les hypothèses émises auparavant, des analyses corrélationnelles et une régression multiple entre les variables s'avèrent nécessaires.

3.2.6.2. Analyses corrélationnelles facteurs/items

Les **analyses corrélationnelles facteurs/items** permettent d'apprécier la valeur de la relation entre les variables et de vérifier autant la cohérence que la pertinence des données recueillies. Elles permettent également d'identifier d'éventuels problèmes de multicollinéarité. Le coefficient de corrélation de Perason (r) sera utilisé pour mettre en lumière cette relation. Concernant les saturations factorielles, selon Schmitt (1996), un seuil supérieur à 0,5 est généralement considéré comme significatif pour interpréter la relation entre un item et son facteur sous-jacent. Bien que la règle empirique de 0,7 pour le coefficient alpha de Cronbach soit fréquemment citée pour évaluer la consistance interne d'une échelle, il est important de noter que cette valeur n'est pas un critère universel et absolu. Dans le contexte de notre recherche, les saturations factorielles supérieurs à 0,5 sont considérées comme significatives.

Les corrélations facteurs/item sont un pilier de l'évaluation de la validité convergente, qui établit que les items destinés à mesurer un même construit sont effectivement corrélés entre eux et avec le construit. Des chargements factoriels élevés et uniformes pour tous les items d'un construit renforcent la confiance dans la mesure de cette variable latente. À l'inverse, des chargements faibles peuvent suggérer des problèmes dans la formulation de l'item, sa compréhension par les répondant-es, ou son adéquation conceptuelle au construit.

Alpha de Cronbach

La fiabilité et la consistance interne des échelles de mesure multi-items est mesuré par l'Alpha de Cronbach. Il s'agit d'un coefficient qui estime dans quelle mesure un ensemble d'items conçus pour mesurer un même construit latent sont corrélés entre eux et mesurent le même concept. En d'autres termes, il indique si les items d'une échelle sont cohérents et homogènes. Une valeur élevée de l'Alpha de Cronbach suggère que les items de l'échelle sont fortement intercorrélés et qu'ils tendent à mesurer le même concept sous-jacent.

L'Alpha de Cronbach est calculé à partir de la variance des scores individuels des items et de la variance du score total de l'échelle. Sa valeur varie généralement entre 0 et 1, bien qu'il puisse parfois être négatif dans des cas très rares de corrélations négatives entre les items. L'interprétation de l'Alpha de Cronbach suit des lignes directrices générales souvent citées dans la littérature en sciences sociales et en psychométrie :

- $\alpha \geq 0,90$: Excellente fiabilité.
- $0,80 \leq \alpha < 0,90$: Bonne fiabilité.
- $0,70 \leq \alpha < 0,80$: Fiabilité acceptable. C'est souvent le seuil minimal requis pour la recherche exploratoire.

- $0,60 \leq \alpha < 0,70$: Fiabilité discutable ou marginale. Peut être acceptable dans des contextes exploratoires ou pour des construits très complexes et multidimensionnels, mais doit être interprétée avec prudence.
- $\alpha < 0,60$: Fiabilité faible ou inacceptable, suggérant que les items ne mesurent pas de manière cohérente le même construit.

Il est important de noter que l'Alpha de Cronbach est sensible au nombre d'items dans une échelle : plus il y a d'items, plus la valeur de l'Alpha a tendance à être élevée, même si la corrélation moyenne entre les items n'est pas très forte. Par conséquent, il est essentiel de considérer le nombre d'items lors de l'interprétation. De plus, un Alpha de Cronbach très élevé (par exemple, supérieur à 0,95) peut parfois indiquer une redondance des items (plusieurs items mesurant exactement la même chose de manière trop similaire), ce qui n'est pas toujours souhaitable.

Variance expliquée

La représentativité d'un facteur latent est mesurée par la variance expliquée. Lorsque des items sont regroupés pour former une échelle, l'objectif est qu'ils mesurent un concept unique sous-jacent. La variance expliquée est un indicateur statistique qui quantifie la proportion de la variance totale des items manifestes d'une échelle qui est attribuée au construit qu'ils sont sensés mesurer. La variance expliquée mesure la capacité d'un facteur à représenter la variabilité observée dans l'ensemble des items qui lui sont associés. La variance expliquée pour un facteur donné représente un pourcentage de l'information totale contenue dans ces items qui est effectivement capturée par le facteur. Elle indique dans quelle mesure le construit latent explique les réponses des participants aux questions individuelles. Une valeur élevée de la variance expliquée signifie que le facteur latent est un bon résumé des items qui le composent, et que ces items sont fortement représentatifs du construit qu'ils

mesurent. Il n'y a pas de seuil universellement rigide pour une « bonne » variance expliquée, car elle peut varier en fonction du domaine de recherche, de la complexité du construit, et du nombre d'items. En sciences sociales, des pourcentages de variance expliquée d'au moins 50% sont généralement considérés comme acceptables, voire souhaitables, pour un facteur unique. Un pourcentage plus élevé est toujours préférable, car il indique une meilleure représentation des données par le facteur.

Validité convergente

La validité convergente est la mesure dans laquelle les items d'un construit sont fortement corrélés entre eux et avec le construit qu'ils sont censés mesurer. La validité convergente est typiquement confirmée par deux critères principaux :

- les chargements factoriels élevés : les items doivent avoir des chargements factoriels élevés (généralement $\geq 0,70$) sur leur propre construit où idéalement, les chargements d'un item sur son propre construit doivent être significativement plus élevés que ses chargements croisés sur les autres construits.;
- l'*Average Variance Extracted* (AVE) : l'AVE pour chaque construit doit être supérieure à 0,50 ce qui signifie que plus de la moitié de la variance des items d'un construit doit être expliquée par ce construit lui-même.

Validité discriminante

La validité discriminante est un aspect essentiel de la validité de construit, visant à s'assurer que chaque variable latente peut être associée à un concept distinct et empiriquement différenciable de celui associé aux autres variables latentes du modèle. L'objectif est de démontrer que les construits

mesurés sont véritablement distincts les uns des autres et ne se chevauchent pas de manière excessive.

La méthode employée pour évaluer la validité discriminante est la comparaison des corrélations au carré entre les paires de variables latentes avec la Moyenne des Communalités (AVE) de chaque variable latente impliquée dans la paire. Le principe est le suivant : le carré de la corrélation entre deux variables latentes doit être inférieur à l'AVE de chacune de ces deux variables latentes. Si cette condition est remplie, cela signifie qu'une plus grande part de la variance de chaque variable latente est expliquée par ses propres items manifestes (communauté) qu'elle ne la partage avec une autre variable latente du modèle. En comparant chaque corrélation carrée avec les AVE des deux variables latentes correspondantes, il est possible de déterminer si la condition de validité discriminante est satisfaite.

3.2.6.2. Analyse de régression

L'analyse du modèle principal représente l'étape centrale de la vérification des hypothèses théoriques de l'étude. Elle consiste en l'application d'un modèle de régression pour évaluer l'influence des variables indépendantes (les attitudes, les normes subjectives, l'auto-efficacité entrepreneuriale, les obstacles endogènes perçus ainsi que les obstacles exogènes perçus) sur la variable dépendante (l'intention comportementale). Les résultats de l'analyse de régression du modèle principal sont présentés sous forme de coefficients de chemin (*path coefficients*) et de statistiques associées qui sont représentées dans le tableau 9.

Tableau 9

Coefficients et statistiques - Analyse de régression du modèle principal

Coefficients	Interprétations
coefficients de régression (valeur)	Représentent la force et la direction de la relation entre chaque variable indépendante et la variable dépendante, en contrôlant l'effet des autres prédicteurs
erreur standard	Mesure la précision du coefficient de régression estimé où des erreurs plus petites indiquent des estimations plus précises
statistique t	Est utilisée pour tester la signification statistique du coefficient et indique le rapport entre le coefficient de régression et son erreur standard
p -value ($Pr > t $)	Probabilité d'observer une statistique t aussi extrême ou plus extrême si l'hypothèse nulle (coefficient de régression nul) était vraie
Coefficient de détermination R^2	Indique la proportion de la variance de la variable dépendante qui est expliquée par l'ensemble des variables indépendantes incluses dans le modèle
Statistique F (F) et p -value globale du modèle ($Pr > F$)	Testent la signification globale du modèle de régression

3.2.6.3. Qualité de l'ajustement du modèle et des données

La qualité de l'ajustement global du modèle, désignée par l'indice *Goodness-of-fit* (GoF), est une mesure synthétique de la performance d'un modèle en modélisation par équations structurelles ou par les moindres carrés partiels, où l'ajustement du modèle de mesure et du modèle structurel est évalué simultanément. Les indicateurs du GoF, en particulier les GoF Modèle Externe et Modèle Interne, fournissent une vue d'ensemble de la qualité globale

du modèle, intégrant à la fois la qualité de la mesure des construits et la force des relations prédictives.

Tableau 10
Variantes de l'Indice GoF

Variante	Interprétation
GoF Absolu	Valeur globale de l'indice GoF, mesurant l'adéquation générale du modèle aux données
GoF Relatif	Ratio du GoF absolu et sa valeur maximale théorique sur le jeu de données étudié permettant une interprétation de la performance relative du modèle
GoF Modèle Externe	Composante du GoF spécifiquement basée sur la performance du modèle de mesure qui évalue dans quelle mesure les items manifestes mesurent bien leurs construits ; des valeurs élevées indiquent un bon ajustement du modèle de mesure
GoF Modèle Interne	Composante est basée sur la performance du modèle structurel. Elle évalue la capacité des variables indépendantes à expliquer la variance de la variable dépendante ; des valeurs élevées indiquent une bonne capacité prédictive du modèle structurel

3.2.6.4. Analyse multigroupes

L'analyse multigroupes est une technique statistique avancée qui permet d'examiner si les relations entre les variables diffèrent significativement entre plusieurs sous-groupes d'une population. Elle est cruciale pour identifier les effets de modulation, c'est-à-dire comment une relation prédicteur-critère peut varier en fonction d'une caractéristique de groupe.

D'abord, le modèle de régression principal est exécuté séparément pour chaque sous-groupe. Cela permet d'obtenir les coefficients de chemin et les statistiques associées pour chaque groupe indépendamment. Ensuite, après

avoir estimé les modèles pour chaque groupe, un test t est réalisé. Le test t multigroupes permet d'évaluer formellement si les coefficients diffèrent de manière statistiquement significative entre les deux groupes (le groupe « hommes » et le groupe « femmes »). L'hypothèse nulle H_0 postule que la différence entre les paramètres des deux groupes est égale à zéro, tandis que l'hypothèse alternative H_a stipule que cette différence est non nulle. Si la probabilité p -value (indiquant que la différence observée soit simplement le fruit du hasard) est en dessous du seuil habituel de 0,05, l'hypothèse de départ est rejetée, ce qui mène à conclure que l'hypothèse alternative est confirmée (et donc que la différence est bien réelle). Les résultats de ce test t comprennent la différence observée entre les coefficients de chemin, la statistique t observée, la statistique t critique (généralement 1,961 pour un alpha de 0,05 en bilatéral), les degrés de liberté (DDL), et la p -value. Une p -value inférieure à la statistique t critique (par exemple, 0,05) conduit au rejet de H_0 et à la conclusion d'un effet de modération significatif.

CHAPITRE 4 : RESULTATS

4.1. STATISTIQUES DESCRIPTIVES

Pour les analyses qui suivent, l'échantillon a été filtré pour exclure les individus déjà en processus de démarrage ou propriétaires d'une entreprise, afin d'isoler spécifiquement l'intention chez les non-entrepreneurs.

4.1.1. Attitude entrepreneuriale

Les attitudes entrepreneuriales sont évaluées à travers plusieurs dimensions, dont la charge de travail, l'autonomie, la créativité et l'orientation développement durable. D'après les observations au tableau 11, la « Charge de travail » est mesurée par la moyenne des items ATT1 à ATT3, présente une moyenne de 3,5364 sur une échelle de 1 à 5. L'écart-type de 0,84377 est relativement faible, indiquant une certaine homogénéité dans l'importance accordée à ne pas travailler de longues heures, à avoir des horaires fixes et à ne pas avoir un emploi stressant. Les valeurs minimales et maximales de 1,00 et 5,00 montrent que, bien qu'il y ait des variations, une majorité des répondant·es accordent une importance modérée à assez importante à la gestion de la charge de travail dans leur choix de carrière.

La dimension de l'autonomie, agrégée à partir des items ATT4 à ATT6, affiche une moyenne élevée de 4,1120 sur une échelle de 1 à 5. L'écart-type de 0,85272 est également faible, ce qui suggère une forte valorisation de l'indépendance, du fait d'être son propre patron et de pouvoir choisir ses tâches. La distribution des réponses, s'étendant de 1,00 à 5,00, met en évidence une forte adhésion à l'importance de l'autonomie, ce qui est cohérent avec les motivations souvent associées à l'entrepreneuriat.

La dimension « créativité » est mesurée par la moyenne des items ATT7 et ATT8, la créativité obtient une moyenne de 4,3368 sur une échelle de 1

à 5. Avec un écart-type de 0,76774, cette dimension est perçue comme très importante par les répondant·es, traduisant un désir marqué de créer quelque chose et de satisfaire un besoin de créativité. Les valeurs extrêmes de 1,00 et 5,00 confirment que cette dimension est fortement valorisée par une grande partie de l'échantillon, ce qui peut être un moteur significatif de l'intention d'entreprendre.

La dimension « orientation développement durable » est calculée à partir de la moyenne des items ATT9 et ATT10, présente la moyenne la plus élevée parmi les attitudes entrepreneuriales, soit 4,5239 sur une échelle de 1 à 5. L'écart-type de 0,72246 est le plus bas, indiquant une forte convergence des réponses et une très grande importance accordée à l'amélioration de la société et de l'environnement. La quasi-totalité des répondant·es accordent une importance significative à cette dimension, ce qui pourrait refléter une tendance croissante vers l'entrepreneuriat social ou durable.

Tableau 11

Moyenne – Attitude entrepreneuriale

Concept	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
Charge de travail (ATT1 à ATT 3)	3124	1,00	5,00	3,5364	0,84377
Autonomie (ATT4 à ATT6)	3124	1,00	5,00	4,1120	0,85272
Créativité (ATT7 et ATT8)	3122	1,00	5,00	4,3368	0,76774
Orientation développement durable (ATT9 et ATT10)	3120	1,00	5,00	4,5239	0,72246

Pour les fins de cette recherche, nous avons combiné l'ensemble des items pour obtenir un construit représentant l'attitude globale envers l'entrepreneuriat.

4.1.2. Normes subjectives

Les normes subjectives, mesurées par la moyenne des items SUB1 à SUB4, affichent une moyenne de 5,4052 sur une échelle de 1 à 7. L'écart-type de 1,12385 suggère une dispersion modérée des perceptions quant à l'encouragement des amis, des parents et des enseignants, ainsi qu'à la valorisation de l'entrepreneuriat à Madagascar. La plage de réponses de 1,00 à 7,00 indique que, bien que la moyenne soit relativement élevée, signifiant un soutien perçu important de l'entourage et de la culture, certains individus ressentent peu ou pas d'encouragement, tandis que d'autres en reçoivent un très fort. Ces résultats soulignent l'influence potentielle de l'environnement social et culturel sur l'intention d'entreprendre.

Tableau 12

Moyenne – Normes subjectives

Concept	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
Normes subjectives	2597	1,00	7,00	5,4052	1,12385

4.1.3. Auto-efficacité entrepreneuriale

L'auto-efficacité entrepreneuriale a été mesurée à l'aide de cinq items (ESE1 à ESE5), dont la moyenne agrégée constitue la mesure de cette variable. Les résultats descriptifs de l'auto-efficacité entrepreneuriale révèlent une moyenne de 5,4764 sur une échelle de 0 à 10. L'écart-type indique une dispersion modérée des réponses autour de cette moyenne, suggérant une variabilité dans la confiance des participant·es concernant leurs compétences entrepreneuriales. Une valeur minimale de 0 et maximale de 10 dénote une

couverture complète de l'échelle de réponse, indiquant que certains individus se sentent très peu capables, tandis que d'autres se perçoivent comme très compétents dans les tâches entrepreneuriales telles que l'identification de nouveaux produits, la planification du développement et la gestion d'entreprise. Ces données suggèrent que bien que la tendance générale soit à une confiance modérée, il existe des sous-groupes avec des niveaux d'auto-efficacité très faibles ou très élevés, ce qui pourrait influencer leur intention d'entreprendre.

Tableau 13

Moyenne auto-efficacité entrepreneuriale

Concept	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
Auto-efficacité entrepreneuriale	3137	,00	10,00	5,4764	2,07909

4.1.4. Obstacles endogènes perçus

Les obstacles endogènes perçus, identifiés comme des obstacles à la décision de démarrer une entreprise, ont été évalués sur une échelle de 1 à 5. Les résultats montrent que 24,7% des répondant-es déclarent ne « Pas du tout » avoir de difficulté à gérer le stress influence leur décision, tandis que 11,0% indiquent en avoir "Beaucoup". La distribution est relativement équilibrée entre les catégories, avec 24,9% déclarant avoir "Moyennement" de difficulté à gérer son stress, suggérant une perception variée de cet obstacle. La proportion cumulée révèle que près de la moitié des répondant-es (47,0%) estiment que le stress n'est "Pas du tout" ou "Un peu" une barrière.

La peur de l'échec est perçue comme un obstacle important, avec 15,4% des répondant-es indiquant "Beaucoup" et 20,2% "Assez". Cependant, 22,5% ne la considèrent "Pas du tout" comme une barrière, et 19,3% "Un peu". La répartition montre que pour une proportion significative de l'échantillon, la

peur de l'échec est un facteur qui influence leur décision, ce qui est une constante dans la littérature sur l'entrepreneuriat.

Seulement 14,7% des répondant·es considèrent que de faibles compétences entrepreneuriales sont "Beaucoup" une barrière, tandis que 20,7% la considèrent "Pas du tout". Une part importante de 22,9% se situe dans la catégorie "Moyennement", suggérant une évaluation nuancée de leurs propres compétences.

Cet obstacle est moins fréquemment perçu comme majeur, avec 26,9% des répondant·es déclarant "Pas du tout" et 13,0% "Beaucoup". La majorité (70,3% cumulé) se situe entre "Pas du tout" et "Moyennement", indiquant que cette difficulté est moins un frein pour un grand nombre de participants.

La faible propension à prendre des risques n'est "Pas du tout" un obstacle pour 24,0% des répondant·es, tandis que 13,6% la considèrent comme étant "Beaucoup". La distribution est similaire aux autres obstacles endogènes, avec une majorité de réponses concentrées autour des options "Pas du tout", "Un peu", et "Moyennement".

Tableau 14
Moyenne - Obstacles endogènes perçus

Item	Échelle	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Grande difficulté à gérer mon stress	Pas du tout	633	19,3	24,7	24,7
	Un peu	572	17,5	22,3	47,0
	Moyennement	638	19,5	24,9	71,9
	Assez	440	13,4	17,2	89,0
	Beaucoup	281	8,6	11,0	100,0
Peur de l'échec et de faire faillite	Pas du tout	576	17,6	22,5	22,5
	Un peu	496	15,1	19,3	41,8
	Moyennement	580	17,7	22,6	64,4
	Assez	517	15,8	20,2	84,6
	Beaucoup	396	12,1	15,4	100,0
Faibles compétences entrepreneuriales	Pas du tout	529	16,1	20,7	20,7
	Un peu	560	17,1	21,9	42,6
	Moyennement	585	17,9	22,9	65,5
	Assez	507	15,5	19,8	85,3
	Beaucoup	376	11,5	14,7	100,0
Difficulté à planifier et à avoir une vision stratégique	Pas du tout	690	21,1	26,9	26,9
	Un peu	558	17,0	21,8	48,7
	Moyennement	555	16,9	21,7	70,3
	Assez	427	13,0	16,7	87,0
	Beaucoup	333	10,2	13,0	100,0
Faible propension à prendre des risques	Pas du tout	614	18,7	24,0	24,0
	Un peu	564	17,2	22,0	46,0
	Moyennement	539	16,4	21,0	67,0
	Assez	496	15,1	19,4	86,4
	Beaucoup	348	10,6	13,6	100,0

4.1.5. Obstacles exogènes perçus

La variable des obstacles exogènes perçus est mentionnée avec une moyenne de 3,1767 et un écart-type de 0,83445 , sur une échelle de 1 à 5. Le nombre de réponses valides est de 2575. Ces statistiques indiquent que, de manière générale, les participants perçoivent les obstacles externes comme ayant une influence modérée sur leur décision d'entreprendre. La dispersion des réponses, bien que modérée, suggère qu'il existe des différences individuelles dans la perception de la sévérité de ces obstacles. Les valeurs minimales et maximales de 1,00 et 5,00 montrent que l'ensemble de l'échelle de perception est utilisé, allant de ceux qui ne considèrent pas ces facteurs comme des obstacles à ceux qui les perçoivent comme très contraignants. Ces obstacles externes peuvent inclure des éléments tels que l'accès au financement, la réglementation, ou le soutien institutionnel, qui sont des facteurs importants dans l'environnement entrepreneurial.

Tableau 15

Moyenne - Obstacles exogènes perçus

Concept	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
Obstacles exogènes perçus	2575	1,00	5,00	3,1767	0,83445

4.2. VALIDATION DU MODÈLE ET DES HYPOTHÈSES

4.2.1. Analyse d'homogénéité

L'analyse d'homogénéité effectuée pour évaluer la fiabilité et la validité des échelles de mesure utilisées montre que les obstacles endogènes perçus ($\alpha = 0,818$), obstacles exogènes perçus ($\alpha = 0,741$) et auto-efficacité entrepreneuriale ($\alpha = 0,858$) affichent des coefficients alpha de Chronbach

supérieurs au seuil de 0,700. Ces valeurs suggèrent une consistance interne satisfaisante à bonne. Les normes subjectives ($\alpha = 0,695$) se situe à la limite de ce seuil. L'intention d'entreprendre ($\alpha = 0,581$) et les attitudes ($\alpha = 0,609$) présentent des coefficients alpha inférieurs au seuil recommandé. Ces valeurs indiquent une faiblesse potentielle dans la consistance interne de ces échelles.

D'après le tableau 16 la majorité des items présentent des saturations robustes, dépassant largement 0,5. Cependant, certains items affichent des saturations faibles qui méritent une attention particulière. L'item EXO3 (0,430) de l'échelle obstacles exogènes perçus, l'item ATT5 (0,259) de l'échelle « Attitudes », et l'item ESE1 (0,413) de l'échelle « Entrepreneurial self-efficacy » sont en deçà du seuil de 0,500. La saturation de l'item ATT5 est particulièrement basse, ce qui suggère qu'il ne mesure pas adéquatement le construit « Attitudes » avec les autres items de son échelle.

Le tableau 16 montre également que toutes les échelles utilisées dans le cadre de cette étude présentent une variance expliquée supérieure à 50% (allant de 52,3% à 07,44%). Ce résultat soutient la validité convergente de l'ensemble des construits, indiquant que les facteurs latents capturent une part significative de la variance de leurs items respectifs.

Tableau 16

Analyse d'homogénéité et de validité convergente

Variable latente	Variabes manifestes	Corrélations facteurs/items	Alpha de Cronbach	Variance expliquée
Intention d'entreprendre	IC2	0,855	0.581	70.44%
	IC5	0,824		
Obstacles endogènes perçus	END1	0,550	0.818	57.97%
	END2	0,880		
	END3	0,729		

Variable latente	Variabes manifestes	Corrélations facteurs/items	Alpha de Cronbach	Variance expliquée
	END4	0,707		
	END5	0,744		
Obstacles exogènes perçus	EXO1	0,866	0.741	56.41%
	EXO2	0,683		
	EXO3	0,430		
	EXO4	0,778		
Attitudes	ATT4	0,802	0.609	56.27%
	ATT5	0,259		
	ATT6	0,813		
Normes subjectives	SUB1	0,755	0.695	52.53%
	SUB2	0,799		
	SUB3	0,675		
	SUB4	0,656		
Auto-efficacité entrepreneuriale	ESE1	0,413	0.858	63.98%
	ESE2	0,627		
	ESE3	0,794		
	ESE4	0,907		
	ESE5	0,878		

L'AVE présentée dans la dernière ligne du tableau 17 mesure la proportion de variance des indicateurs qui est expliquée par le construit latent. Une condition préalable à l'évaluation de la validité discriminante est d'établir une validité convergente adéquate, pour un seuil d'AVE supérieur à 0,5. Les obstacles endogènes perçus (AVE = 0,532), obstacles exogènes perçus (AVE = AVE = 0,502), normes subjectives (AVE = 0,524), auto-efficacité entrepreneuriale (AVE = 0,558) et intention d'entreprendre (AVE = 0,705) satisfont tous à cette exigence. Cependant, les attitudes présentent une AVE (= 0,457) d'une valeur inférieure au seuil de 0,50 ce qui signifie qu'elles expliquent moins de la moitié de la variance de ses propres indicateurs.

En examinant le tableau 17 pour baser la validité discriminante sur le critère de Fornell-Larcker, nous constatons que l'AVE de chaque construit est supérieure à toutes les corrélations au carré avec les autres construits. Par ailleurs, la validité discriminante est satisfaisante entre les différents construits du modèle.

Tableau 17
Validité discriminante

	Obstacles endogènes perçus	Obstacles exogènes perçus	Attitudes	Normes subjectives	Auto-efficacité entrepreneuriale	Intention d'entreprendre
Obstacles endogènes perçus	1					
Obstacles exogènes perçus	0,099	1				
Attitudes	0,000	0,001	1			
Normes subjectives	0,005	0,001	0,022	1		
Auto-efficacité entrepreneuriale	0,007	0,000	0,006	0,044	1	
Intention d'entreprendre	0,009	0,008	0,031	0,124	0,019	1
Moyenne Communalités (AVE)	0,532	0,502	0,457	0,524	0,558	0,705

4.2.2. Analyse de régression

D'après le tableau 18 plus bas, l'adéquation du modèle est statistiquement significative, comme l'indique le test de Fisher. La valeur **F** de **117.511** avec une probabilité associée ($Pr > F$ de 0,000) inférieure à **0,001** permet de rejeter l'hypothèse nulle selon laquelle les coefficients des prédicteurs sont conjointement nuls. Le modèle dans son ensemble possède donc un pouvoir explicatif statistiquement significatif.

Le coefficient de détermination, ou R^2 , s'établit à **0,152**. Cela indique que les cinq variables prédictives (les obstacles endogènes perçus, les obstacles exogènes perçus, les attitudes, les normes subjectives et l'auto-efficacité entrepreneuriale) expliquent collectivement **15,2%** de l'intention d'entreprendre. Bien que le modèle soit globalement significatif, cette valeur suggère qu'une part substantielle de la variance reste inexpliquée, attribuable à d'autres facteurs non mesurés dans cette analyse.

La significativité de chaque coefficient est déterminée par la valeur t de Student et la probabilité ($Pr>|t|$). L'examen des coefficients individuels révèle que toutes les variables prédictives de l'étude sont statistiquement significatives, avec des probabilités p bien inférieures au seuil de 0,05. Ainsi, l'ensemble des cinq prédicteurs exerce une influence statistiquement significative sur l'intention d'entreprendre, toutes choses étant égales par ailleurs.

Les normes subjectives, les attitudes et l'auto-efficacité entrepreneuriale présentent une association positive et statistiquement significative avec l'intention d'entreprendre. Cela signifie qu'une augmentation de la valeur de ces construits est associée à une augmentation de la valeur de l'intention d'entreprendre.

Le coefficient de régression R^2 pour les attitudes sur l'intention d'entreprendre est de 0,27. La valeur de t est de 7,806 et la probabilité associée ($Pr>|t|$) est de 0,000. Ces valeurs indiquent une relation positive et statistiquement significative entre l'attitude entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre. Ainsi, **l'hypothèse H1 : L'attitude entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre est validée.**

Le coefficient de régression R^2 pour les normes subjectives sur l'intention d'entreprendre est de 0,316. La valeur de t est de 19,011 et la probabilité associée ($Pr>|t|$) est de 0,000. Ces valeurs indiquent une relation

positive et statistiquement significative entre les normes subjectives et l'intention d'entreprendre. Ainsi, **l'hypothèse H2 : Les normes subjectives influencent positivement l'intention d'entreprendre est validée.**

Le coefficient de régression R^2 pour l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre est de 0,059. La valeur de t est de 3,582 et la probabilité associée ($Pr>|t|$) est de 0,001. Ces résultats indiquent une relation positive et statistiquement significative entre les l'auto-efficacité entrepreneuriale et l'intention d'entreprendre. Ainsi, **l'hypothèse H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre est validée.**

Le coefficient de régression R^2 pour les obstacles endogènes perçus sur l'intention d'entreprendre est de -0,045. La valeur de t est de -2,618 et la probabilité associée ($Pr>|t|$) est de 0,009. Ces valeurs indiquent une relation négative et statistiquement significative entre les facteurs endogènes perçus et l'intention d'entreprendre. Ainsi, **l'hypothèse H4 : Les obstacles endogènes perçus influencent négativement l'intention d'entreprendre est validée.**

Le coefficient de régression R^2 pour les obstacles exogènes perçus sur l'intention d'entreprendre est de -0,071. La valeur de t est de -4,160 et la probabilité associée ($Pr>|t|$) est de 0,000. Ces résultats indiquent une relation négative et statistiquement significative entre les facteurs endogènes perçus et l'intention d'entreprendre. Ainsi, **l'hypothèse H5 : Les obstacles exogènes perçus influencent négativement l'intention d'entreprendre est validée.**

Tableau 18
Résultats du modèle de régression multiple

Variable latente	Valeur	Erreur standard	t	Pr > t	R ²	F	Pr > F
Obstacles endogènes perçus	-0,045	0,017	-2,618	0,009	0,152	117,5 11	0,0 00
Obstacles exogènes perçus	-0,071	0,017	-4,160	0,000			
Attitudes	0,127	0,016	7,806	0,000			
Normes subjectives	0,316	0,017	19,01 1	0,000			
Auto-efficacité entrepreneuriale	0,059	0,017	3,582	0,000			

4.2.3. Qualité de l'ajustement du modèle et des données

Les valeurs du modèle externe (0,959) et celles du modèle interne (0,946) représentent les performances respectives du modèle de mesure et du modèle structurel qui sont utilisées pour calculer la qualité de l'ajustement (GoF). La performance du modèle de mesure est typiquement évaluée via la communauté moyenne, tandis que celle du modèle structurel l'est via le R² moyen des variables latentes endogènes. Les valeurs de R²(proches de 1) très élevées présentes dans le tableau 19 suggèrent que les modèles de mesure et structurel, sont de très haute qualité. L'indice de la moyenne géométrique des performances des modèles externe et interne (GoF absolu de 0,26) est moyenne. Les valeurs obtenues par rééchantillonnage bootstrap sont très proches des valeurs initiales, ce qui indique que l'estimation de l'indice est stable au sein de l'échantillon étudié.

Tableau 19
Qualité de l'ajustement

	GoF	GoF (<i>Bootstrap</i>)
Absolu	0,286	0,285
Relatif	0,907	0,893
Modèle externe	0,959	0,952
Modèle interne	0,946	0,938

4.2.4. Analyse multigroupe

Les résultats présentés dans les tableaux 20 et 21 sont issus d'une analyse de régression multigroupe, avec des estimations distinctes pour un échantillon d'hommes et un échantillon de femmes. Pour chaque groupe, un modèle de régression a été testé afin d'évaluer la contribution de cinq variables (obstacles endogènes perçus, obstacles exogènes perçus, attitudes, normes subjectives, auto-efficacité entrepreneuriale) à la prédiction de l'intention d'entreprendre.

4.2.4.1. Résultats pour le groupe des hommes

Le modèle de régression pour l'échantillon masculin est globalement et statistiquement significatif, comme l'indique la statistique de Fisher ($F = 208,353$; $p < 0,001$). L'ensemble des variables prédictrices explique 40,3% de la variance de l'intention d'entreprendre ($R^2 = 0,403$). L'examen des prédicteurs individuels révèle que toutes les variables latentes incluses dans le modèle présentent une relation statistiquement significative avec la variable dépendante :

- La variable obstacles endogènes perçus montre une association négative et significative avec l'intention d'entreprendre ($\beta = -0,363$; $t = -9,009$; $p < 0,001$) ;
- La variable obstacles exogènes perçus montre également une relation négative et significative avec l'intention d'entreprendre ($\beta = -0,224$; $t = -5,466$; $p < 0,001$) ;
- La variable attitudes montre une relation positive et significative avec l'intention d'entreprendre ($\beta = 0,118$; $t = 3,965$; $p < 0,001$) ;
- La variable normes subjectives présente le coefficient de régression positif le plus élevé et est statistiquement significatif ($\beta = 0,637$; $t = 20,258$; $p < 0,001$) ;
- La variable auto-efficacité entrepreneuriale a une relation positive et significative au modèle ($\beta = 0,095$; $t = 4,239$; $p < 0,001$).

Tableau 20

Résultats pour le groupe des hommes

Variable latente	Valeur	Erreur standard	t	Pr > t	R ²	F	Pr > F
Obstacles endogènes perçus	-0,363	0,040	-9,009	0,000	0,40 3	208,3 53	0,00 0
Obstacles exogènes perçus	-0,224	0,041	-5,466	0,000			
Attitudes	0,118	0,030	3,965	0,000			
Normes subjectives	0,637	0,031	20,258	0,000			
Auto-efficacité entrepreneuriale	0,095	0,022	4,239	0,000			

4.2.4.2. Résultats pour le groupe des femmes

Pour l'échantillon féminin, le modèle de régression est également statistiquement significatif dans son ensemble ($F = 183,037$; $p < 0,001$). Le coefficient de détermination (R^2) est de 0,354. Cela indique que le modèle explique 35,4% de la variance de la variable dépendante. L'analyse des coefficients de régression pour chaque variable latente met en évidence les points suivants :

- La relation des obstacles endogènes perçus avec l'intention d'entreprendre est négative mais non statistiquement significative au seuil conventionnel de $\alpha = 0,05$ ($\beta = -0,038$; $t = -1,818$; $p = 0,069$) ;
- La variable obstacles exogènes perçus présente une relation négative et statistiquement significative avec l'intention d'entreprendre ($\beta = -0,100$; $t = -4,896$; $p < 0,001$) ;
- La variable attitudes montre une relation positive et significative avec l'intention d'entreprendre ($\beta = 0,114$; $t = 5,651$; $p < 0,001$) ;
- La variable normes subjectives présente une relation positive et fortement significative, avec le coefficient le plus important du modèle ($\beta = 0,495$; $t = 24,158$; $p < 0,001$) ;
- La variable auto-efficacité entrepreneuriale a une relation positive et significative au modèle ($\beta = 0,141$; $t = 6,749$; $p < 0,001$).

Tableau 21

Résultats pour le groupe des femmes

Variable latente	Valeur	Erreur standard	t	Pr > t	R ²	F	Pr > F
Obstacles endogènes perçus	-0,038	0,021	-1,818	0,069	0,354	183,037	0,000
Obstacles exogènes perçus	-0,100	0,020	-4,896	0,001			

Variable latente	Valeur	Erreur standard	t	Pr > t	R ²	F	Pr > F
exogènes perçus			4,896				
Attitudes	0,114	0,020	5,651	0,000			
Normes subjectives	0,495	0,020	24,158	0,000			
Auto-efficacité entrepreneuriale	0,141	0,021	6,749	0,000			

Les deux modèles de régression sont globalement significatifs, bien que la part de variance expliquée (R^2) soit légèrement supérieure pour l'échantillon masculin. La majorité des prédicteurs sont significatifs dans les deux groupes, à l'exception notable des obstacles endogènes perçus pour l'échantillon féminin. La direction des relations (positive ou négative) pour les variables significatives est cohérente entre les deux modèles. Cependant, la magnitude des coefficients varie, suggérant une contribution différentielle des prédicteurs selon le genre. En effet, le poids des normes subjectives est plus important dans le modèle masculin, tandis que celui de l'auto-efficacité entrepreneuriale est plus marqué dans le modèle féminin.

4.2.4.3. Résultats de l'analyse comparative multigroupes

Le tableau 22 présente l'analyse de différence de moyenne (test t) permettant de déterminer si la différence est importante et significative (seuil p). Le cadre de l'analyse de cette série multigroupe repose sur la vérification de l'hypothèse nulle H_0 , qui postule une différence nulle entre les paramètres, face à l'hypothèse alternative H_a qui suppose une différence non nulle. Nous estimerons que la différence sera significative à partir d'un seuil plus petit ou égal à 0,05, ce qui correspond à une valeur critique de 1,961 pour un degré de liberté de 3223.

Les analyses pour les attitudes, montre que les coefficients de régression entre le groupe hommes et le groupe femmes est de 0,004. La valeur t observée est de 0,102. Étant donné que la p -value associée (de 0,919) est supérieure au seuil de signification de 0,05, la différence observée entre les genres n'est pas statistiquement significative. Par conséquent, l'hypothèse nulle d'une absence de différence n'est pas rejetée pour cette variable. Ainsi, l'hypothèse **H1a : L'hypothèse de l'effet positif de l'attitude entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre qui sera plus fort chez les femmes que chez les hommes est rejetée.**

La différence de coefficients de régression entre le groupe hommes et le groupe femmes pour la relation entre les normes subjectives et l'intention d'entreprendre est de 0,142. La valeur t observée est de 1,391, et la p -value associée est de 0,164. Puisque la p -value (0,164) est supérieure à 0,05, la différence n'est pas statistiquement significative. Par conséquent, l'hypothèse nulle d'une absence de différence n'est pas rejetée pour cette variable. Ainsi, l'hypothèse **H2a : L'hypothèse de l'effet positif des normes subjectives sur l'intention d'entreprendre qui sera plus fort pour les femmes que pour les hommes est rejetée.**

La différence des coefficients de régression entre les hommes et les femmes pour l'effet de l'auto-efficacité est de 0,047. La valeur t observée est de 1,224, et la p -value associée est de 0,221. Puisque la p -value (0,221) est supérieure à 0,05, la différence observée n'est pas statistiquement significative. Par conséquent, l'hypothèse nulle d'une absence de différence n'est pas rejetée pour cette variable. Ainsi, l'hypothèse **H3a : L'hypothèse de l'effet positif de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre qui sera plus fort chez les hommes que chez les femmes est rejetée.**

La différence des coefficients de régression entre les hommes et les femmes pour l'effet des obstacles endogènes perçus est de 0,325. La valeur t observée est de 2,895 , et la p -value associée est de 0,004. Puisque la p -value (0,004) est inférieure à 0,05 , cette différence est statistiquement significative. Par conséquent, l'hypothèse nulle d'une absence de différence est rejetée pour cette variable. Ainsi, l'hypothèse **H4a : L'hypothèse de l'effet négatif de la perception d'obstacles endogènes sur l'intention d'entreprendre qui sera plus fort chez les hommes que chez les femmes est rejetée.**

La différence des coefficients de régression entre les hommes et les femmes pour les obstacles exogènes perçus est de 0,124. La valeur t observée est de 0,931, et la p -value associée est de 0,352. Puisque la p -value (0,352) est supérieure à 0,05 , la différence observée n'est pas statistiquement significative. Par conséquent, l'hypothèse nulle d'une absence de différence n'est pas rejetée pour cette variable. Ainsi, l'hypothèse **H5a : L'hypothèse de l'effet négatif des obstacles exogènes perçus sur l'intention d'entreprendre qui sera plus fort chez les femmes que chez les hommes est rejetée.**

Tableau 22

Différence de moyenne homme-femme

Variables	Différence	t (valeur observée)	t (valeur critique)	DDL	p-value	Significatif
Attitudes	0,004	0,102	1,961	3223	0,919	Non
Normes subjectives	0,142	1,391	1,961	3223	0,164	Non
Auto-efficacité entrepreneuriale	0,047	1,224	1,961	3223	0,221	Non
Obstacles endogènes perçus	0,325	2,895	1,961	3223	0,004	Oui, mais contraire à l'hypothèse

Variables	Différence	t (valeur observée)	t (valeur critique)	DDL	p-value	Significatif
Obstacles exogènes perçus	0,124	0,931	1,961	3223	0,352	Non

CHAPITRE 4 : DISCUSSION

5.1. RETOUR SUR LES HYPOTHÈSES ET LES RÉSULTATS

5.1.1. Attitude entrepreneuriale et intention d'entreprendre

Les résultats de notre étude confirment l'hypothèse H1, démontrant une influence positive et statistiquement significative de l'attitude entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre. Le coefficient de régression (R^2) de 0,27 et une valeur de t de 7,806 ($Pr > |t| = 0,000$) attestent de la robustesse de cette relation. Cette découverte est en adéquation avec la TCP (Ajzen, 1991), qui postule que l'attitude envers un comportement est un prédicteur direct de l'intention de l'adopter. De nombreuses études antérieures ont également corroboré ce lien fondamental, soulignant que des perceptions favorables de l'entrepreneuriat, en termes de désirabilité et de faisabilité, accroissent la propension à s'engager dans des activités entrepreneuriales (Krueger Jr & Brazeal, 1994; Liñán & Chen, 2009; Schlaegel & Koenig, 2014).

Les dimensions spécifiques de l'attitude entrepreneuriale mesurées dans cette recherche, telles que la créativité, l'autonomie et l'orientation développement durable, se révèlent être des moteurs importants. La haute moyenne observée pour la créativité et l'autonomie est cohérente avec la littérature qui identifie ces aspects comme des motivations intrinsèques clés pour les entrepreneurs, en particulier chez les jeunes générations et dans les économies émergentes où l'auto-emploi et l'innovation sont valorisés (Saeed *et al.*, 2015); (Nabi *et al.*, 2017). La forte valorisation de l'orientation développement durable est particulièrement pertinente, suggérant une tendance croissante vers l'entrepreneuriat social ou durable (Schaltegger & Wagner, 2011).

Cependant, il est impératif de souligner les limitations méthodologiques concernant la mesure de l'attitude. Le coefficient alpha de Cronbach de 0,609, inférieur au seuil acceptable de 0,7 ainsi qu'une AVE inférieure au seuil de 0,50 indiquent une fiabilité et une validité convergente potentiellement insuffisantes pour cette échelle. L'item ATT5 (le fait d'être son propre patron), avec une saturation particulièrement basse de 0,259, suggère qu'il ne capture pas adéquatement le construit. Ces résultats impliquent que, bien que la relation soit statistiquement significative, la qualité de la mesure pourrait biaiser l'ampleur de l'effet observé et nécessiterait une révision approfondie de l'instrument dans de futures recherches pour en améliorer la précision et assurer sa pertinence contextuelle (Sarstedt *et al.*, 2021).

L'analyse multigroupe n'a pas permis de valider l'hypothèse H1a, postulant un effet plus fort de l'attitude entrepreneuriale chez les femmes. La différence de coefficients de régression entre les genres est non significative. Cela suggère que l'influence de l'attitude sur l'intention d'entreprendre est comparable pour les hommes et les femmes dans notre échantillon. Cette convergence pourrait indiquer que les attitudes fondamentales envers l'entrepreneuriat transcendent les différences de genre dans ce contexte particulier.

5.1.2. Normes subjectives et intention d'entreprendre

L'hypothèse H2, prédisant une influence positive des normes subjectives sur l'intention d'entreprendre, est validée par nos résultats ce qui reste en harmonie avec les extensions récentes de la TCP (Ajzen, 1991), qui continuent de souligner l'importance des normes subjectives – la pression sociale perçue pour réaliser ou non un comportement – comme un déterminant majeur de l'intention (Heuer & Liñán, 2013). La moyenne des normes subjectives indique un niveau de soutien social perçu relativement élevé au sein

de l'échantillon. Cette perception d'un environnement favorable, où l'entrepreneuriat est encouragé, est un facteur facilitateur qui peut réduire l'incertitude et renforcer la confiance des individus dans leur projet.

Concernant la fiabilité de la mesure, le coefficient alpha de Cronbach pour les normes subjectives se situe juste à la limite inférieure du seuil, bien que l'AVE soit satisfaisante. Cette valeur d'alpha légèrement en deçà pourrait indiquer une légère faiblesse dans la consistance interne de l'échelle, suggérant une attention future pour affiner sa construction.

L'analyse multigroupe ne corrobore pas l'hypothèse H2a, qui postulait une influence plus importante des normes subjectives chez les femmes. La différence des coefficients de régression entre les genres est non statistiquement significative. Bien que le poids des normes subjectives soit plus élevé dans le modèle masculin que dans le modèle féminin, cette différence n'atteint pas le seuil de signification statistique requis. Cela indique que le soutien social est un prédicteur significatif de l'intention d'entreprendre pour les deux genres, bien que son impact puisse être perçu avec une intensité légèrement différente sans que cette divergence ne soit statistiquement prouvée comme étant importante.

5.1.3. Auto-efficacité entrepreneuriale et intention d'entreprendre

Nos résultats valident l'hypothèse H3, confirmant une influence positive et statistiquement significative de l'auto-efficacité entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre. Dans le contexte entrepreneurial, une forte auto-efficacité se traduit par une confiance accrue dans la capacité à identifier des opportunités, à mobiliser des ressources et à gérer une entreprise (Boyd & Vozikis, 1994) ; (Chen *et al.*, 1998).

La moyenne de l'auto-efficacité entrepreneuriale suggère une confiance modérée au sein de l'échantillon. La large distribution des réponses révèle une variabilité des perceptions de compétences, ce qui est normal dans une population hétérogène de non-entrepreneurs.

L'échelle d'auto-efficacité entrepreneuriale démontre une bonne consistance interne avec un coefficient alpha de Cronbach et une validité convergente adéquate. Cependant, la faible saturation de l'item ESE1 (le fait d'être en mesure d'identifier les nouveaux produits / services pour répondre à un besoin) mérite une attention particulière dans les recherches futures pour assurer une meilleure mesure du construit.

L'hypothèse H3a est invalidée en raison de la différence de coefficients de régression entre les hommes et les femmes concernant l'effet de l'auto-efficacité n'est pas statistiquement significative. Il est important de noter que le poids de l'auto-efficacité entrepreneuriale est plus marqué dans le modèle féminin que dans le modèle masculin. Cette observation, bien que non statistiquement significative entre les genres dans l'analyse comparative, va dans le sens de l'hypothèse posée. Cela dit, les observations empiriques montrent que cet effet n'est pas suffisamment marqué pour qu'il puisse être observé et confirmé hors de tout doute raisonnable. Il est alors possible de penser que des modérateurs puissent influencer le rôle du genre à cet égard (modérateur de modérateur).

5.1.4. Obstacles endogènes perçus et intention d'entreprendre

L'hypothèse H4, prédisant une influence négative des obstacles endogènes perçus sur l'intention d'entreprendre, est validée. L'échelle des obstacles endogènes perçus présente une bonne consistance interne et une validité convergente satisfaisante. L'analyse multigroupe révèle une différence statistiquement significative des coefficients de régression entre les hommes et

les femmes concernant l'effet des obstacles endogènes perçus mais demeure contraire à l'hypothèse H4a, qui doit être rejetée. En effet, il avait été posé un effet plus marqué pour les femmes que pour les hommes, alors que l'effet négatif des obstacles endogènes perçus sur l'intention d'entreprendre observé est plus fort chez les hommes que chez les femmes. Il s'agit d'un résultat surprenant et que nous devons prendre acte. Il suggère que les femmes dans cet échantillon sont moins affectées par leurs perceptions d'obstacles endogènes, ce qui pourrait s'expliquer par une plus grande résilience ou une perception différente des risques associés à l'entrepreneuriat (Gupta *et al.*, 2009) ; (Brush *et al.*, 2009). Il est possible que d'autres facteurs ayant plus d'influence chez les femmes, par exemple l'auto-efficacité entrepreneuriale, bien que non significative ici, puisse avoir réduit l'effet de la perception des obstacles endogènes chez les femmes. En effet, l'auto-efficacité entrepreneuriale constitue un élément endogène, et comme une partie de la variance est capturée par la variable en question, et l'effet étant plus marqué pour les femmes, cela pourrait expliquer ce résultat.

5.1.5. Obstacles exogènes perçus et intention d'entreprendre

L'hypothèse H5, postulant une influence négative des obstacles exogènes perçus sur l'intention d'entreprendre, est validée. L'échelle des obstacles exogènes perçus présente une consistance interne satisfaisante et une validité convergente adéquate. Cependant, la faible saturation de l'item EXO3 (Mesure dans laquelle la réglementation bureaucratique rigide et stricte influence d'un individu de démarrer éventuellement une entreprise) suggère une potentielle faiblesse de mesure à prendre en compte pour des améliorations futures.

L'analyse multigroupe n'a pas permis de valider l'hypothèse H5a, qui prédisait un effet négatif plus fort des obstacles exogènes perçus chez les

femmes. La différence des coefficients de régression entre les genres n'est pas statistiquement significatif, bien que le coefficient soit plus négatif pour les hommes que pour les femmes. Cela suggère que la tendance de l'effet des obstacles exogènes est plus favorable pour les femmes que les hommes, au sens où l'effet négatif est moins grand pour les femmes que pour les hommes, malgré la non-significativité. Ainsi, le sens de la relation est contraire à notre hypothèse, et dans tous les cas, celle-ci est rejetée.

Tableau 23
Synthèse des hypothèses

Hypothèses	Résultats
H1 : L'attitude entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre	Validée
H1a : L'effet positif de l'influence de l'attitude entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les femmes que chez les hommes	Non validée
H2 : Les normes subjectives influencent positivement l'intention d'entreprendre	Validée
H2a : L'effet positif des normes subjectives sur l'intention d'entreprendre sera plus importante pour les femmes que pour les hommes	Non validée
H3 : L'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement l'intention d'entreprendre	Validée
H3a : L'auto-efficacité associée à l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les hommes que chez les femmes	Non validée
H4 : Les obstacles endogènes perçus influencent négativement l'intention d'entreprendre	Validée
H4a : L'effet négatif des obstacles endogènes perçus sur l'intention d'entreprendre sera plus importante pour les femmes que pour les hommes	Non validée
H5 : Les obstacles exogènes perçus influencent négativement l'intention	Validée

Hypothèses	Résultats
d'entreprendre	
H5a : L'effet négatif des obstacles exogènes perçus sur l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les femmes que chez les hommes	Non validée

5.2. Contribution théorique

Nos résultats enrichissent la compréhension du phénomène de l'intention d'entreprendre, notamment en éclairant les dynamiques spécifiques au contexte malgache.

5.2.1. Prédominance des facteurs sociaux et attitudeaux à Madagascar

Nos résultats mettent en évidence que les normes subjectives et les attitudes favorables sont les facteurs les plus importants pour stimuler l'intention d'entreprendre à Madagascar, par rapport à l'auto-efficacité et aux obstacles perçus. Le coefficient de régression le plus élevé est celui des normes subjectives, suivi de l'attitude. Bien que l'auto-efficacité soit significative tout comme les obstacles perçus négatifs (endogènes comme exogènes), leur impact semble être de moindre ampleur comparé aux facteurs sociaux et attitudeaux dans ce contexte. Cela suggère que la perception du soutien de l'entourage et la valorisation sociétale de l'entrepreneuriat, ainsi que les perceptions personnelles de la désirabilité de l'activité, sont des leviers primordiaux dans un contexte comme Madagascar.

Cette observation remet en question la généralisabilité des savoirs développés principalement en Occident, où l'auto-efficacité est souvent présentée comme le prédicteur le plus puissant de l'intention entrepreneuriale (McGee *et al.*, 2009).

Dans un pays comme Madagascar, potentiellement caractérisé par une culture plus collectiviste, l'approbation sociale et le soutien collectif (normes subjectives) pourraient jouer un rôle plus central que la confiance individuelle en ses propres capacités (auto-efficacité). De même, les attitudes, façonnées par des valeurs culturelles spécifiques, peuvent être fortement influencées par la désirabilité sociale et les exemples réussis au sein de la communauté. Cela suggère que le rôle de l'environnement social et culturel doit être davantage mis en exergue dans les modèles d'intention entrepreneuriale appliqués aux contextes non-occidentaux.

5.2.2. Nuances de genre : une perspective contre-intuitive

L'analyse multigroupe révèle des dynamiques de genre nuancées qui remettent en question certaines prémisses de la littérature. Contrairement à des études qui postulent des différences significatives entre hommes et femmes concernant l'influence des normes subjectives, de l'auto-efficacité ou des attitudes (Maes *et al.*, 2014), nos résultats montrent que ces influences sont largement similaires pour les deux genres dans notre échantillon. Cependant, la contribution la plus notable réside dans l'effet des obstacles endogènes perçus. L'hypothèse H4a, qui stipule que l'effet négatif des obstacles endogènes perçus sur l'intention d'entreprendre sera plus fort chez les femmes, est invalidée avec une différence significative pour un effet inverse. En effet, pour les femmes, cette relation est même non statistiquement significative, alors qu'elle est fortement négative et significative pour les hommes. Cela est particulièrement contre-intuitif par rapport aux orientations de la littérature selon laquelle les femmes seraient généralement plus sensibles aux barrières internes comme la peur de l'échec ou le manque de confiance (Gupta *et al.*, 2009).

Nos résultats suggèrent que la perception de ces barrières internes n'inhibe pas l'intention des femmes de la même manière que celle des hommes.

Cela pourrait indiquer une plus grande résilience perçue ou une interprétation différente des obstacles pour les femmes à Madagascar. Ce résultat invite à repenser les modèles de genre en entrepreneuriat en prenant en compte les spécificités contextuelles et en interrogeant les stéréotypes persistants sur les capacités et les vulnérabilités des femmes entrepreneures (Ahl & Marlow, 2012). De manière plus spécifique, nos résultats suggèrent de mieux comprendre pourquoi les étudiants masculins à Madagascar seront davantage freinés dans leur intention d'entreprendre selon les obstacles endogènes perçus. Il est possible que des normes patriarcales qui assignent aux hommes le rôle de pourvoyeurs de fonds pour leur famille et leur imposent de réussir leur vie professionnelle, fassent qu'ils soient davantage découragés par l'entrepreneuriat (Berdahl *et al.*, 2018; Lee & Lee, 2018; Roy & Dyson, 2010), qui est une carrière risquée, lorsqu'ils perçoivent des obstacles endogènes. Les femmes, n'ayant pas autant le poids de la réussite sociale à porter, pourraient être moins affectées.

5.3. Contribution managériale

Les résultats de cette étude offrent des implications managériales substantielles pour les décideurs gouvernementaux et les gestionnaires d'établissements universitaires à Madagascar, cherchant à stimuler l'entrepreneuriat chez les étudiant·es. Premièrement, les rapports du GEM Madagascar 2020 indiquent que dans ce pays, l'entrepreneuriat est une carrière souhaitable et valorisée, et les entrepreneurs y jouissent d'un statut social élevé (Ratsimbazafy, 2020) ce qui suggère que les freins au développement de l'intention d'entreprendre à Madagascar ne soient pas un manque de désirabilité ou de reconnaissance culturelle. Cela suggère qu'au vu des résultats de la présente étude soulignant l'importance prépondérante de l'influence positive des normes subjectives et des attitudes favorables (respectivement le premier et deuxième facteur le plus influent) sur l'intention d'entrendre, ces éléments sont à

considérer au-delà de la simple valorisation. Les universités pourraient, par exemple, intégrer des modules sur l'entrepreneuriat dans divers cursus, organiser des événements de sensibilisation impliquant des entrepreneurs locaux et des figures inspirantes, et créer des clubs étudiants dédiés à l'entrepreneuriat. Ces initiatives visent à consolider les attitudes positives et les normes subjectives en offrant des modèles concrets et des environnements de soutien social. Le gouvernement, de son côté, pourrait œuvrer à mettre en place un cadre qui, en renforçant la faisabilité perçue, compléterait la désirabilité. Ces actions conjointes contribueraient à solidifier les intentions entrepreneuriales.

Il est essentiel de montrer des modèles de réussite locaux, de mettre en avant les avantages sociétaux de l'entrepreneuriat (création d'emplois, innovation, développement durable), et d'encourager les familles, les enseignants et la communauté au sens large à soutenir activement les aspirations entrepreneuriales des jeunes. Les universités pourraient par exemple intégrer des modules sur l'entrepreneuriat dans divers cursus, organiser des événements de sensibilisation impliquant des entrepreneur·es locaux et des figures inspirantes, et créer des clubs étudiants dédiés à l'entrepreneuriat pour favoriser un environnement social propice.

Deuxièmement, bien que l'auto-efficacité et la perception des obstacles aient un effet moindre que les normes subjectives et les attitudes, elles restent significatives et nécessitent des interventions ciblées. Les gestionnaires universitaires devraient continuer à développer des programmes de formation pratique qui renforcent les compétences entrepreneuriales des étudiant·es, augmentant ainsi leur confiance en leurs capacités (auto-efficacité). Cela peut inclure des ateliers sur la gestion de projet, l'identification d'opportunités, la planification stratégique et la prise de décision. Parallèlement, il est crucial d'adresser la perception des obstacles, non pas en les niant, mais en outillant les futur·es entrepreneur·es à les gérer. Cela peut se faire par des formations

sur la gestion du stress, le développement de la résilience face à l'échec, et l'accès à des ressources (mentorat, réseaux d'incubateurs) pour pallier les difficultés perçues.

Troisièmement, concernant le genre, le fait que l'influence des normes subjectives, de l'auto-efficacité et des attitudes soit similaire entre les hommes et les femmes (H1a, H2a, H3a rejetées) suggère que les programmes généraux de promotion de l'entrepreneuriat n'ont pas nécessairement besoin d'être différenciés par genre pour ces dimensions. Cependant, la découverte que les obstacles endogènes perçus sont significativement plus importants pour les hommes que pour les femmes dans l'inhibition de l'intention (p -value = 0,004) est une information clé. Cela signifie que les interventions visant à réduire la perception des barrières internes (peur de l'échec, stress, faibles compétences auto-perçues) pourraient être plus efficaces si elles sont spécifiquement conçues pour les étudiants masculins, par exemple en abordant plus directement la gestion de la pression psychologique et des attentes de réussite. On peut penser également que cela pourrait être la cause d'une pression sociale masculine plus grande à la réussite de carrière au regard de normes patriarcales. Cette nuance est une contribution managériale importante, car elle remet en question les hypothèses communes selon lesquelles les femmes seraient systématiquement plus freinées par des barrières psychologiques internes et ouvre la voie à des approches genrées plus efficaces et basées sur des évidences empiriques.

5.4. LIMITES

La stratégie de collecte de données ne permet pas d'obtenir un échantillon représentatif des institutions, ni des étudiant-es malgaches. La population de départ et ses caractéristiques n'étant pas connue et l'échantillonnage aléatoire n'étant pas possible dans le contexte de ce projet, nous avons donc choisi ce moyen de recrutement comme étant le plus approprié pour cette recherche.

Le modèle testé, bien que basé sur des cadres théoriques établis, n'explique que 15,2% de la variance de l'intention d'entreprendre ($R^2=0,152$). Cela suggère que d'autres facteurs non inclus dans notre modèle jouent un rôle significatif dans la formation de l'intention d'entreprendre. Des variables telles que les traits de personnalité (par exemple, proactivité, ouverture à l'expérience), le capital social (par exemple, réseaux), les ressources perçues (accès aux capitaux, aux connaissances), les expériences antérieures d'exposition à l'entrepreneuriat, les stéréotypes de genre, ou encore des facteurs macro-environnementaux plus granulaires (par exemple, politiques gouvernementales spécifiques, accès à l'information), pourraient enrichir le pouvoir explicatif du modèle. Cela pourrait avoir conduit à une spécification du modèle qui ne capte pas toute la complexité du phénomène.

L'analyse psychométrique révèle un portrait nuancé de la qualité des échelles de mesure. Le modèle de régression global est statistiquement significatif. Cependant, il est important de reconnaître qu'une part substantielle de la variance (84,8%) demeure inexpliquée. Cette observation est courante dans les études sur l'intention d'entreprendre, où des modèles expliquent rarement plus de 30% de la variance (Liñán & Chen, 2009). Cela suggère la nécessité d'incorporer d'autres variables.

D'une part, les résultats de la variance expliquée sont robustes pour toutes les échelles, ce qui est un point fort pour la validité convergente. La fiabilité des échelles est jugée acceptable pour la plupart des construits, avec des coefficients Alpha de Cronbach supérieurs au seuil de 0,7 recommandé par la littérature pour les obstacles endogènes perçus, les obstacles exogènes perçus et l'auto-efficacité entrepreneuriale. Les construits "Attitudes", "Normes subjectives" et "Intention comportementale" présentent des valeurs inférieures, suggérant une consistance interne plus modérée. D'autre part, plusieurs faiblesses sont apparentes.

Il est crucial de rappeler que cette étude se concentre sur l'intention d'entreprendre, et non sur le comportement entrepreneurial réel. L'intention est un prédicteur important du comportement (Ajzen, 1991), mais elle ne garantit pas la création effective d'une entreprise. Des facteurs supplémentaires, tels que la planification détaillée, l'accès aux ressources concrètes, la persévérance face aux défis et les opportunités imprévues, peuvent influencer la transition de l'intention à l'action. Nos résultats ne permettent donc pas de prouver que les individus étudiés entreprendront nécessairement dans le futur, mais ils identifient les facteurs qui modèlent leur disposition actuelle à le faire.

La recherche est de nature transversale, ce qui signifie qu'elle capture les perceptions et intentions des individus à un moment précis. Cette approche ne permet pas d'établir des relations de causalité directes et ne rend pas compte de l'évolution des intentions ou des facteurs influents au fil du temps. Des études longitudinales seraient nécessaires pour observer comment les attitudes, les normes, l'auto-efficacité et les perceptions des obstacles changent et comment ces changements affectent l'intention d'entreprendre sur une période donnée. Une approche longitudinale pourrait également permettre de mieux comprendre les processus dynamiques par lesquels l'intention se transforme en comportement entrepreneurial.

Une limite de cette étude réside dans l'ancrage contextuel de certaines statistiques nationales mobilisées pour dresser le portrait socioéconomique qui pré-covid. Bien que ces données soient adéquates pour décrire des déterminants structurels relativement stables, une mise à jour post-2021 permettrait de tester la robustesse des résultats dans un contexte marcoéconomique et social potentiellement reconfiguré.

CONCLUSION

Cette recherche a pour objet d'explorer l'intention d'entreprendre des étudiantes et étudiants malgaches, en examinant l'influence des facteurs personnels et extra-personnels. La problématique managériale sous-jacente vise à identifier les leviers permettant de catalyser un entrepreneuriat d'opportunité à Madagascar, en comprenant les facteurs clés influençant cette intention. Les objectifs fixés sont de quantifier et de vérifier les relations d'influence entre l'attitude entrepreneuriale, les normes subjectives, l'auto-efficacité entrepreneuriale, les obstacles endogènes perçus, les obstacles exogènes perçus et l'intention d'entreprendre, tout en explorant l'effet modérateur du genre sur ces relations.

La méthodologie quantitative, basée sur la Théorie du Comportement Planifié (TCP) d'Ajzen (1991) et la Théorie Socio-Cognitive de la Carrière (TSCC) de Lent et al. (2002), a permis d'analyser des données secondaires issues d'une vaste enquête menée auprès de 3277 étudiant·es malgaches. Les analyses de régression multiple ont révélé que l'attitude entrepreneuriale, les normes subjectives et l'auto-efficacité entrepreneuriale influencent positivement et significativement l'intention d'entreprendre. À l'inverse, les obstacles endogènes et les obstacles exogènes perçus exercent une influence négative et significative sur cette intention.

Un résultat particulièrement notable et contre-intuitif émane de l'analyse multigroupe concernant l'effet modérateur du genre. En effet, les résultats suggèrent que l'attitude, des normes subjectives, de l'auto-efficacité et des obstacles exogènes est comparable entre hommes et femmes alors que l'effet négatif des obstacles endogènes perçus (tels que la peur de l'échec ou la difficulté à gérer le stress) est significativement plus fort chez les hommes que chez les femmes. Pour les femmes, cette relation n'est même pas statistiquement significative. Ce résultat inattendu suggère une résilience ou une

perception des obstacles internes différente chez les femmes malgaches, questionnant les stéréotypes de genre habituellement trouvés dans la littérature occidentale.

Les objectifs de recherche ont été atteints, et des réponses concrètes à la question de recherche ont été obtenues. La recherche explore l'intention d'entreprendre dans le contexte spécifique de Madagascar, un terrain peu exploré, et par la mise en lumière de la prédominance des facteurs sociaux et attitudeux (normes subjectives et attitudes) sur l'auto-efficacité comme principaux leviers de l'intention. Sa contribution théorique réside dans cette contextualisation et cette nuance de genre inattendue.

Malgré des limites inhérentes à la nature transversale de l'étude et au pouvoir explicatif du modèle, cette recherche contribue à de nouvelles connaissances scientifiques en offrant une compréhension plus nuancée de l'intention d'entreprendre dans un contexte multiculturel et en développement. Sur le plan managérial, elle fournit des recommandations opérationnelles cruciales. Les politiques publiques et les programmes de soutien à l'entrepreneuriat des jeunes devraient se concentrer sur la valorisation sociale de l'entrepreneuriat et le soutien collectif, tout en ciblant spécifiquement les hommes pour la gestion des barrières internes.

Cette étude ouvre des pistes sur la nécessité de recherches longitudinales qui permettraient de saisir l'évolution des intentions et la transition de l'intention à l'action entrepreneuriale à Madagascar. Il serait également pertinent d'intégrer d'autres variables, telles que les traits de personnalité, le capital social, l'accès aux ressources concrètes ou les stéréotypes de genre approfondis, pour enrichir le modèle explicatif et affiner la compréhension des dynamiques complexes de l'entrepreneuriat dans des contextes non-occidentaux.

RÉFÉRENCES

- Ahl, H., & Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543-562.
- Ahmed, T., Klobas, J. E., Chandran, V., Akhtar, M. W., & Sergi, B. S. (2025). How perceived contextual barriers for entrepreneurship reduce entrepreneurial intentions: a TPB study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1), 43.
- Ajzen, E., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 20, pp. 1-63). Elsevier.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28).
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control* (Vol. 11). Freeman.
- Bandura, A. (2007). *Auto-efficacité: le sentiment d'efficacité personnelle*. De boeck.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1). Englewood cliffs Prentice Hall.
- Banque mondiale. (2017). *Madagascar economic update : coping with shocks* (120761). <http://documents.worldbank.org/curated/en/141661509458497360>
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587.
- Berdahl, J. L., Cooper, M., Glick, P., Livingston, R. W., & Williams, J. C. (2018). Work as a masculinity contest. *Journal of social issues*, 74(3), 422-448.

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Brockhaus, R. H. (1975). IE locus of control scores as predictors of entrepreneurial intentions. *Academy of Management Proceedings*,
- Brush, C. G., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154-184.
- Checkland, P., & Poulter, J. (2006). Learning for action: a short definitive account of soft systems methodology and its use for practitioner, teachers and students.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.
- Dabic, M., Daim, T., Bayraktaroglu, E., Novak, I., & Basic, M. (2012). Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship: an international survey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., Heavlow, R., & Association, G. E. R. (2019). *Women's entrepreneurship report 2018/2019*.
- Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), 1-20.
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 12(4), 1209-1232.

- Farmer, S. M., Yao, X., & Kung–Mcintyre, K. (2011). The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 245-273.
- Fasone, V., & Puglisi, M. (2019). Entrepreneur and risk: a systematic literature review with a focus on small business. *Piccola Impresa/Small Business*(2).
- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., & Galicia, P. E. A. (2019). Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education [journal article]. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(1), 281-305. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Do Paco, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of small business and enterprise development*, 19(3), 424-440.
- Fortin, M.-F., & Gagnon, J. (2016). *Fondements et étapes du processus de recherche: méthodes quantitatives et qualitatives*. Chenelière éducation.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 397-417.
- Haque, M. R., Kour, M., & Mahin, M. H. (2024). The role of family support, self-efficacy, and entrepreneurial education in developing entrepreneurial intentions in developing countries. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-27.
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.
- Heuer, A., & Liñán, F. (2013). Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(1), 35-50.
- Jennings, J. E., & Tonoyan, V. (2022). Research on gender stereotyping and entrepreneurship: Suggestions for some paths worth pursuing. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(3), 187-212.
- Karim, S., Kwong, C., Shrivastava, M., & Tamvada, J. P. (2023). My mother-in-law does not like it: resources, social norms, and entrepreneurial intentions of women in an emerging economy. *Small Business Economics*, 60(2), 409-431.

- Kariv, D., Giglio, C., & Corvello, V. (2025). Fostering Entrepreneurial intentions: exploring the interplay of education and endogenous factors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1), 17.
- Keat, Y., & Ahmad, O. S. (2012). A study among university students in business start-ups in Malaysia: Motivations and obstacles to become entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science (IJBSS)*, 3(19), 181-192.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions [Article]. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In *Revisiting the entrepreneurial mind* (pp. 13-34). Springer.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Laguía, A., Wach, D., Garcia-Ael, C., & Moriano, J. A. (2022). “Think entrepreneur–think male”: the effect of reduced gender stereotype threat on women's entrepreneurial intention and opportunity motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(4), 1001-1025.
- Lee, J. Y., & Lee, S. J. (2018). Caring is masculine: Stay-at-home fathers and masculine identity. *Psychology of Men & Masculinity*, 19(1), 47.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice, and Performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122. <https://doi.org/https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2000). Contextual supports and barriers to career choice: A social cognitive analysis. *Journal of counseling psychology*, 47(1), 36.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). Social cognitive career theory. *Career Choice and Development (4th Ed.)*, 255-311.

- Lent, R. W., Lopez Jr, A. M., Lopez, F. G., & Sheu, H.-B. (2008). Social cognitive career theory and the prediction of interests and choice goals in the computing disciplines. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 52-62.
- Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67-78.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784-794.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Mei, H., Zhan, Z., Fong, P. S., Liang, T., & Ma, Z. (2016). Planned behaviour of tourism students' entrepreneurial intentions in China. *Applied Economics*, 48(13), 1240-1254.
- Minniti, M., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2005). Global entrepreneurship monitor. 2004 report on women and entrepreneurship.
- Moreau, R. (2006). Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale. *Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse*.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of career development*, 39(2), 162-185.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of management learning & education*, 16(2), 277-299.

- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, *110*, 403-419. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *9*(2), 183-197.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, *44*(2), 361-379.
- Prévost, P., & Roy, M. (2015). *Les approches qualitatives en gestion*. Les Presses de l'Université de Montréal.
- Ratsimbazafy, C. (2020). *Les enjeux et défis de l'entrepreneuriat à Madagascar en 2019/2020*.
- Reynolds, P., Bygrave, W., Autio, E., Larry, W., & Hay, M. (2002). Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report. Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, and London Business School. In.
- Robinson, A. T., & Marino, L. D. (2015). Overconfidence and risk perceptions: do they really matter for venture creation decisions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, *11*(1), 149-168.
- Roy, K. M., & Dyson, O. (2010). Making daddies into fathers: Community-based fatherhood programs and the construction of masculinities for low-income African American men. *American journal of community psychology*, *45*(1), 139-154.
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., & Muffatto, M. (2015). The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business Management*, *53*(4), 1127-1145.
- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, *54*(1), 49-66.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Springer.

- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business strategy and the environment*, 20(4), 222-237.
- Schjoedt, L., & Shaver, K. G. (2007). Deciding on an entrepreneurial career: A test of the pull and push hypotheses using the panel study of entrepreneurial dynamics data. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(5), 733-752.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha. *Psychological assessment*, 8(4), 350.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493.
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 561-570.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2019). Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries. 2018 GUESSS Global Report, St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- St-Jean, E., & Jacquemin, A. (2022). Does mentoring reduce entrepreneurial doubt? A longitudinal gendered perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(3), 375-396.
- St-Jean, É., Tremblay, M., Fonrouge, C., & Chouchane, R. (2022). Gendered impact of training on entrepreneurial self-efficacy: a longitudinal study of nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 524-547.
- Stevenson, H. H. (1983). *A perspective on entrepreneurship* (Vol. 13). Harvard Business School Cambridge, MA.

- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Tounés, A. (2003). *L'intention entrepreneuriale: une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+ 5) et des étudiants en DESS CAAE Rouen*].
- Tran, A. T., & Von Korflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- USAID. (2020). Gender analysis of Madagascar. https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/Gender_Analysis_of_Madagascar.pdf
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 5.
- Wang, W., Lu, W., & Millington, J. K. (2011). Determinants of entrepreneurial intention among college students in China and USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 35-44.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361-384.
- WorldBank. (2020). *Doing Business 2020*. Washington, DC: World Bank. DOI:10.1596/978-1-4648-1440-2. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

ANNEXE

Questionnaire Madagascar

Profil sociodémographique

SEXE Question 1. Vous êtes :

- ① Un homme
 ② Une femme

AGE Question 2. Votre âge : _____

ETU Question 3. Quel est votre domaine d'études ?

- ① Travaux publics et bâtiments (ou domaine relié)
 ② Tourisme, hôtellerie et restauration (ou domaine relié)
 ③ Autre _____

FOR Question 4. Avez-vous suivi des cours/formation en entrepreneuriat dans votre institution d'enseignement ?

- ① Oui
 ② Non, cela ne s'offre pas
 ③ Non, cela ne m'intéresse pas

FORO Question 5. Avez-vous suivi d'autres cours/formation en entrepreneuriat dans d'autres instituts ou institutions par le passé ?

- ① Oui
 ② Non

SETU Question 6. Quel est votre statut d'étudiant actuel ?

- ① Étudiant en formation initiale
 ② Étudiant en formation continue

EMP Question 7. Quelle situation s'applique le mieux à vous ?

- ① Je ne travaille pas dans un emploi rémunéré pendant mes études
 ② Je travaille en moyenne MOINS DE 40 heures par semaine
 ③ Je travaille en moyenne 40 heures par semaine OU PLUS

SUIV Question 8. Nous souhaitons voir l'évolution de votre choix de carrière dans la prochaine année. Acceptez-vous que l'on vous recontacte dans 12 mois pour un court suivi de ce sondage ?

- ① Oui
 ② Non

Question 9. Si oui, veuillez remplir les informations suivantes pour que l'on vous recontacte. Veuillez noter que ces informations demeureront confidentielles et n'ont que pour seul objet de vous recontacter plus tard.

COUR Courriel (email) : _____

MATR Matricule (identifiant) étudiant : _____

FACE Adresse Facebook (optionnel) : _____

Question sur l'expérience entrepreneuriale passée

EEP Question 10. Par le passé, avez-vous été propriétaire d'une entreprise qui offrait des produits ou services et pour laquelle vous interveniez dans la gestion de celle-ci, y compris tout type de travail autonome ?

- ① Oui
 ② Non
 ③ Ne sais pas

Exposition préalable à une entreprise familiale

FAM1 Question 11. Est-ce qu'un de vos parents a déjà possédé ou possède actuellement une entreprise ?

- ① Oui
 ② Non

FAM2 Question 12. Est-ce qu'un membre de votre famille autre que vos parents possède ou a déjà possédé une entreprise ?

- ① Oui
 ② Non

FAM3 Question 13. Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise détenue par un membre de votre famille ?

- ① Oui
 ② Non

Auto-efficacité entrepreneuriale

Question 14. Indiquez dans quelle proportion vous avez confiance en vos habiletés personnelles pour accomplir les tâches suivantes :

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
ESE1 Identifier des nouveaux produits / services pour répondre à un besoin	0% <input type="radio"/>	10% <input type="radio"/>	20% <input type="radio"/>	30% <input type="radio"/>	40% <input type="radio"/>	50% <input type="radio"/>	60% <input type="radio"/>	70% <input type="radio"/>	80% <input type="radio"/>	90% <input type="radio"/>	100% <input type="radio"/>
ESE2 Planifier le développement et la mise en marché de nouveaux produits / services	0% <input type="radio"/>	10% <input type="radio"/>	20% <input type="radio"/>	30% <input type="radio"/>	40% <input type="radio"/>	50% <input type="radio"/>	60% <input type="radio"/>	70% <input type="radio"/>	80% <input type="radio"/>	90% <input type="radio"/>	100% <input type="radio"/>
ESE3 Expliquer et convaincre les autres de sa vision ou de son projet d'affaires.	0% <input type="radio"/>	10% <input type="radio"/>	20% <input type="radio"/>	30% <input type="radio"/>	40% <input type="radio"/>	50% <input type="radio"/>	60% <input type="radio"/>	70% <input type="radio"/>	80% <input type="radio"/>	90% <input type="radio"/>	100% <input type="radio"/>
ESE4 Recruter, former, gérer et diriger des employés.	0% <input type="radio"/>	10% <input type="radio"/>	20% <input type="radio"/>	30% <input type="radio"/>	40% <input type="radio"/>	50% <input type="radio"/>	60% <input type="radio"/>	70% <input type="radio"/>	80% <input type="radio"/>	90% <input type="radio"/>	100% <input type="radio"/>
ESE5 Gérer, organiser et interpréter des états financiers.	0% <input type="radio"/>	10% <input type="radio"/>	20% <input type="radio"/>	30% <input type="radio"/>	40% <input type="radio"/>	50% <input type="radio"/>	60% <input type="radio"/>	70% <input type="radio"/>	80% <input type="radio"/>	90% <input type="radio"/>	100% <input type="radio"/>

Locus of control et Self-esteem

Question 15. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes :

		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
		Totalement en désaccord	Assez en désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu en accord	Assez d'accord	Totalement d'accord
LOC1	Quand je fais des plans, je suis quasiment certain qu'ils vont fonctionner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LOC2	Quand j'obtiens ce que je veux, c'est habituellement parce que j'ai travaillé fort pour l'obtenir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LOC3	Je peux accomplir tout ce que je décide de faire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EST1	J'ai une haute estime de soi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Portrait value questionnaire

Question 16. Dans les prochaines lignes, nous vous présentons les valeurs d'une personne fictive. Nous aimerions savoir jusqu'à quel point les valeurs de cette personne correspondent à vos propres valeurs, en utilisant l'échelle ci-dessous :

		①	②	③	④	⑤	⑥
	Il est important pour cette personne...	Pas du tout comme moi	Pas comme moi	Un petit peu comme moi	Un peu comme moi	Comme moi	Tout à fait comme moi
VAL1	de prévenir la pollution de l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL2	de protéger l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL3	de respecter la nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL4	d'être en harmonie avec la nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL5	que chaque personne ait des opportunités égales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL6	de prendre soin de ceux et celles qui sont défavorisé.e.s	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL7	que chaque personne soit traitée de façon juste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL8	qu'il n'y ait pas de guerre ou de conflit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL9	d'être serviable envers les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL10	d'avoir du plaisir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL11	de jouir des plaisir de la vie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL12	de faire des choses qu'elle aime	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL13	d'avoir le contrôle sur les actions des autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	①	②	③	④	⑤	⑥
	Pas du tout comme moi	Pas comme moi	Un petit peu comme moi	Un peu comme moi	Comme moi	Tout à fait comme moi
Il est important pour cette personne (suite)...						
VAL14 d'avoir de l'autorité sur les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL15 d'avoir de l'influence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL16 d'avoir de l'argent et des biens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VAL17 de travailler fort et d'être ambitieux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Soutiens organisationnels perçus

Question 17. Nous aimerions connaître la façon dont vous percevez le soutien de votre institution d'enseignement selon les critères suivants :

Dans quelle mesure mon institution d'enseignement...		① Pas du tout	② Un peu	③ Modérément	④ Beaucoup	⑤ Énormément
ENS1	Offre des cours optionnels en entrepreneuriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS2	Offre des travaux orientés vers l'entrepreneuriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS3	Offre des stages orientés vers l'entrepreneuriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS4	Offre des formations en entrepreneuriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS5	Organise des conférences et séminaires sur l'entrepreneuriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS6	Amène les étudiants intéressés à l'entrepreneuriat à se rencontrer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS7	Éveille à l'entrepreneuriat comme choix de carrière possible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS8	Motive les étudiants à démarrer une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS9	Procure aux étudiants des idées pour démarrer une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS10	Procure aux étudiants les connaissances requises pour démarrer une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS11	Procure aux étudiants le soutien financier pour démarrer une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS12	Met sa réputation au profit des étudiants qui démarrent une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ENS13	Devient l'un des premiers clients des étudiants qui démarrent une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Soutiens institutionnels perçus

		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
		Très en désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Ni en accord/ni en désaccord	Un peu en accord	En accord	Très en accord
Question 18. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants :								
PUB1	Le gouvernement malgache encourage les gens à devenir entrepreneurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PUB2	Les organisations publiques procurent un soutien technique efficace pour la création d'entreprises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PUB3	Les structures publiques possèdent des accompagnateurs chevronnés pour aider les entrepreneurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PUB4	Le gouvernement procure un soutien financier à la création d'entreprises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PUB5	Le crédit bancaire est disponible pour les projets entrepreneuriaux qui ont du potentiel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PUB6	Les lois à Madagascar permettent de faire facilement des affaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Attitudes entrepreneuriales

	①	②	③	④	⑤
	Pas du tout important	Un peu important	Moyennement important	Assez important	Beaucoup important
Question 19. Dans quelle mesure ces facteurs sont importants dans le choix de votre carrière :					
ATT1 Ne pas travailler de longues heures	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT2 Avoir des horaires de travail fixes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT3 Ne pas avoir un emploi stressant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT4 Être indépendant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT5 Être mon propre patron	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT6 Pouvoir choisir mes propres tâches	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT7 Créer quelque chose	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT8 Remplir mon besoin de créativité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT9 Améliorer la société pour la rendre meilleure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ATT10 Améliorer l'environnement et l'écologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Intention, Identité, Opportunités, Comportement

		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
Question 20. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants :		Très en désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu en accord	En accord	Très en accord
IC1	Je ne cherche jamais d'opportunités de démarrage d'entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IC2	J'économise de l'argent pour démarrer une nouvelle entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IC3	Je ne lis pas de documents pertinents sur la façon de mettre en place une nouvelle entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IC4	Je n'ai pas de plans pour démarrer ma propre entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IC5	Je passe du temps à étudier le démarrage d'une nouvelle entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OP1	Il y a de bonnes opportunités de démarrage dans ma région	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OP2	J'ai identifié une idée d'entreprise qui serait une bonne opportunité pour moi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OP3	J'ai confiance que mon idée d'affaires serait profitable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IE1	Je planifie démarrer une nouvelle entreprise dans les cinq années après ma diplomation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IE2	Mon objectif de carrière est de devenir entrepreneur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IE3	J'ai l'intention de créer une entreprise dans les cinq prochaines années	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	① Très en désaccord	② En désaccord	③ Un peu en désaccord	④ Neutre	⑤ Un peu en accord	⑥ En accord	⑦ Très en accord
Question 20. (SUITE) Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants :							
IS1 Dans le futur, j'envisage être impliqué dans le démarrage d'une organisation qui vise à régler des problèmes sociaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IS2 J'ai une idée préliminaire d'entreprise à vocation sociale (ex. ONG) pour laquelle je planifie m'y investir dans le futur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IS3 Je ne souhaite pas démarrer une entreprise sociale (ex. ONG)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Entrepreneuriat naissant

ENAI Question 20. Tentez-vous actuellement, seul(e) ou avec d'autres personnes, de démarrer une nouvelle entreprise, y compris de vous lancer comme travailleur(euse) autonome ou de vous lancer dans la vente de produits ou de services ?

- ① Oui ➔ Si vous avez répondu OUI, allez à la question 21 (page 12) et poursuivre le sondage
- ② Non ➔ Si vous avez répondu NON, allez à la question 24 (page 14) et poursuivre le sondage.

Question 21. Veuillez indiquer quelles activités de démarrage ont été accomplies :

	①	②	③
	Oui	Non, plus tard	Non, jamais (non applicable)
ACT1 Créé une équipe entrepreneuriale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT2 Consacré à temps plein dans le projet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT3 Préparé un plan d'affaires/ développé le modèle d'affaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT4 Développé un produit ou service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT5 Fait des efforts marketing de vente ou promotion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT6 Contacté des clients potentiels à propos des produits/services offerts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT7 Investi ou épargné de l'argent pour l'entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT8 Acheté (ou loué) de l'équipement et des espaces physiques, des matières premières, de l'inventaire, des composants ou fournitures	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT9 Recherché ou demandé du financement pour l'entreprise (institutions financières ou autres personnes)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT10 Embauché un employé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ACT11 Reçu de l'argent, des revenus ou des frais pour des biens ou services (ventes) ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PROJ Question 22. Veuillez choisir la situation qui correspond le mieux à votre projet d'affaires :

- ① Entreprise à but lucratif
- ② Entreprise à vocation sociale (ex. ONG)
- ③ Autre (Veuillez préciser) : _____

SECT Question 23. Dans quel secteur d'activité le projet d'affaires sera-t-il situé ?

- ① Tourisme, hôtellerie et restauration
- ② Bâtiment et travaux publics
- ③ Agriculture
- ④ Transformation agroalimentaire
- ⑤ Secteur de l'énergie (ex. panneau solaire)
- ⑥ Recyclage
- ⑦ Textile
- ⑧ Artisanat
- ⑨ Autre (veuillez préciser) : _____

L'entreprise opérationnelle

EOP Question 24. Êtes-vous actuellement, seul(e) ou avec d'autres personnes, propriétaire(s) d'une entreprise que vous aidez à gérer, ou travailleur(euse) autonome, ou vendez-vous des produits ou des services ?

- ① Oui ➔ Si vous avez répondu OUI, allez à la question 25 et poursuivre le sondage
- ② Non ➔ Si vous avez répondu NON, allez à la question 30, page 16, et poursuivre le sondage

ESAL Question 25. Combien d'employés salariés équivalents à temps plein avez-vous ?

ETYP Question 26. Veuillez choisir la situation qui correspond le mieux à votre entreprise :

- ① Entreprise à but lucratif
- ② Entreprise à vocation sociale (ex. ONG)
- ③ Autre _____

SACT Question 27. Dans quel secteur d'activité le projet d'affaires sera-t-il situé ?

- ① Tourisme, hôtellerie et restauration
- ② Bâtiment et travaux publics
- ③ Agriculture
- ④ Transformation agroalimentaire
- ⑤ Secteur de l'énergie (ex. panneau solaire)
- ⑥ Recyclage
- ⑦ Textile
- ⑧ Artisanat
- ⑨ Autre _____

REV Question 28. Pour la dernière année, est-ce que l'entreprise a généré des revenus supérieurs aux dépenses ?

- ① Non, elle était déficitaire
- ② Revenus équivalents aux dépenses
- ③ Oui, un peu profitable mais pas pour en vivre
- ④ Oui, assez pour payer mon salaire à temps plein et plus

SAT Question 29. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la performance de votre entreprise ?

- ① Totalemment insatisfait
- ② Assez insatisfait
- ③ Un peu insatisfait
- ④ Neutre
- ⑤ Un peu satisfait
- ⑥ Assez satisfait
- ⑦ Totalemment satisfait

**VOUS AVEZ TERMINÉ LE QUESTIONNAIRE. VOUS N'AVEZ PAS À
POURSUIVRE SUR LA PROCHAÎNE SECTION SI VOUS AVEZ RÉPONDU À
LA QUESTION PRÉCÉDENTE.**

**Nous vous remercions d'avoir pris part à cette enquête sur la carrière
entrepreneuriale des étudiants de Madagascar !**

L'intention d'entreprendre

Question 30. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants :		① Très en désaccord	② En désaccord	③ Un peu en désaccord	④ Ni en accord/ni en désaccord	⑤ Un peu en accord	⑥ En accord	⑦ Très en accord
IN1	Je pense souvent à devenir un entrepreneur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IN2	J'aimerais me voir en tant qu'entrepreneur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IN3	Devenir un entrepreneur est une part importante de qui je suis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IN4	Quand j'y pense, le terme « entrepreneur » m'irait plutôt bien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SUB1	Mes meilleur.e.s ami.e.s m'encouragent à démarrer une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SUB2	Mes parents trouvent qu'être entrepreneur serait une belle carrière pour moi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SUB3	Mes enseignant.e.s m'encouragent à devenir entrepreneur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SUB4	L'entrepreneuriat est une carrière valorisée à Madagascar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Obstacles percus

		①	②	③	④	⑤
		Pas du tout	Un peu	Moyennement	Assez	Beaucoup
	Question 31. Dans quelle mesure ces barrières influencent-elles votre décision de démarrer éventuellement une entreprise ?					
EX01	Haut taux d'intérêts sur les prêts bancaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX02	Coûts élevés de la main-d'œuvre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX03	Règlementation bureaucratique rigide et stricte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX04	Taxes élevées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX05	Manque de soutien national au démarrage d'entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX06	Compétition élevée sur les marchés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX07	Inefficacité du système de justice civil (ex. présence de corruption)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX08	Manque de soutien des parents qui sont en affaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX09	Difficulté d'accéder au crédit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EX010	Manque de partenaires de confiance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Facteurs endogènes perçus

	①	②	③	④	⑤
	Pas du tout	Un peu	Moyennement	Assez	Beaucoup
Question 32. Dans quelle mesure ces barrières influencent-elles votre décision de démarrer éventuellement une entreprise ?					
END1 Grande difficulté à gérer mon stress	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
END2 Peur de l'échec et de faire faillite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
END3 Faibles compétences entrepreneuriales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
END4 Difficulté à planifier et à avoir une vision stratégique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
END5 Faible propension à prendre des risques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nous vous remercions d'avoir pris part à cette enquête sur la carrière entrepreneuriale des étudiants de Madagascar !