

Effets des variables démographiques et contextuelles sur les intentions entrepreneuriales des étudiant·e·s et chômeur·euse·s au Togo

Kokou A. Atitsogbe¹

Chercheur FNS Junior,
Doctorant en psychologie du conseil et de l'orientation.
Institut de Psychologie,
Université de Lausanne, Suisse.

Paboussoum Pari²

Professeur titulaire en psychologie du travail.
Université de Lomé, Togo.

Pazambadi Kazimna³

Maître-assistant en psychologie du travail.
Université de Lomé, Togo.

Yawo A. Holu⁴

Assistant et Conseiller d'orientation.
Université de Lomé, Togo.

Akila Alfa⁵

Doctorant en psychologie du travail.

Masamaéso Tchonda⁶

Doctorante en psychologie de l'éducation
et de la formation.
Université de Lomé, Togo.

Jérôme Rossier⁷

Professeur ordinaire en psychologie du conseil et de l'orientation.
Université de Lausanne, Suisse.

¹ Thèmes de recherche : orientation et insertion, psychologie interculturelle, personnalité, psychométrie. kokou.atitsogbe@unil.ch

² Thèmes de recherche : représentation du travail, employabilité, engagement organisationnel, formation professionnelle. paripab@gmail.com

³ Thèmes de recherche : représentation du travail, entrepreneuriat. dekazimna@yahoo.fr

⁴ Thèmes de recherche : estime de soi, maturité vocationnelle, choix d'orientation. felihol2@yahoo.fr

⁵ Thèmes de recherche : sens du travail, engagement organisationnel. alfaakila16@gmail.com

⁶ Thèmes de recherche : estime de soi, maturité vocationnelle, choix de filière. raissa.tchonda@gmail.com

⁷ Thèmes de recherche : choix professionnel, évaluation en OSP, personnalité. Jerome.Rossier@unil.ch

Résumé

En Afrique sub-saharienne où l'insertion professionnelle des diplômé·e·s reste un défi majeur, l'entrepreneuriat semble y représenter une alternative inéluctable au chômage. Des connaissances sur les variables influençant les intentions entrepreneuriales des étudiant·e·s et chômeur·euse·s contribueraient à penser des actions ciblées qui promeuvent l'entrepreneuriat auprès de ces populations. Une enquête auprès de 527 étudiant·e·s et 216 chômeur·euse·s togolais·es a montré que les intentions entrepreneuriales sont influencées chez les étudiant·e·s par l'âge et le parcours académique tandis que chez les chômeur·euse·s, par le sexe et la filière d'étude. Ces dernier·e·s évaluent plus positivement leurs attitudes envers l'entrepreneuriat comparé·e·s aux étudiant·e·s. Comme espéré, la perception de l'environnement modère d'une part l'effet positif des normes subjectives (soutien social perçu) sur les attitudes envers l'entrepreneuriat et d'autre part l'effet positif des normes sur les intentions entrepreneuriales, mais pas l'effet des attitudes sur les intentions.

Abstract

In Sub-Saharan Africa where the occupational integration of graduates remains a major challenge, entrepreneurship seems to represent an inescapable alternative to unemployment. Knowledge about variables impacting the entrepreneurial intents of university students and job seekers would help in designing targeted actions to promote entrepreneurship among these populations. A survey of 527 university students and 216 job seekers in Togo showed that entrepreneurial intents depend on age and academic background among the students, and on sex and the field of study among the job seekers. Job seekers reported more positive attitudes towards entrepreneurship compared to students. As expected, perceptions of the environment moderated the positive effect of subjective norms (perceived social support) on attitudes toward entrepreneurship, and the positive effect of norms on entrepreneurial intentions, but not the effect of attitudes on intentions.

MOTS-CLÉS : attitudes et intentions entrepreneuriales, normes subjectives, soutiens perçus, étudiant.e.s, chômeur.euse.s, Togo

KEYWORDS: attitudes towards entrepreneurship, entrepreneurial intents, subjective norms, perceived support, students, job seekers, Togo

Note des auteurs

Cette recherche a bénéficié du soutien du *Programme suisse pour la recherche dédié aux enjeux mondiaux de développement (Swiss Programme*

for Research on Global Issues for Development - r4d) financé par la Direction du développement et de la coopération (DDC) et le Fonds national suisse (FNS) – subvention n° IZ08Z0_177295 et de la bourse d'Excellence de la Confédération Suisse n° 2015.0639 / Togo / OP attribuée à l'auteur principal

Introduction

L'insertion professionnelle des diplômé·e·s est un véritable défi pour les gouvernements, en particulier ceux des pays d'Afrique, caractérisés par des taux de chômage des jeunes particulièrement élevés (Achi & Bony, 2018 ; Nyock Ilouga, 2019 ; Nyock Ilouga et al., 2014). Ce phénomène est plus prononcé dans les pays francophones subsahariens, en particulier au Togo où l'entrepreneuriat, par la force de cette réalité, est de plus en plus perçu comme une alternative inéluctable au chômage (Atitsogbe, Mama et al., 2019). Des rapports d'institutions publiques relèvent plusieurs barrières à l'insertion professionnelle des jeunes dans ce contexte, entre autres, un environnement peu favorable à l'entrepreneuriat, l'inadéquation entre la formation et l'emploi, la faible capacité d'auto-emploi des jeunes, le peu d'emplois salariés disponibles, des contraintes institutionnelles se rapportant à l'inexistence d'un cadre de concertation et de coordination (Ministère du développement à la base, de l'artisanat et de l'emploi des jeunes, 2013). En effet, des initiatives entrepreneuriales devraient contribuer d'une part à élever les opportunités d'emplois et faciliter l'insertion des diplômé·e·s. D'autre part, elles devraient contribuer au développement économique du pays (OCDE, 2016). Ces dix dernières années, l'entrepreneuriat est devenu un enjeu réel pour le gouvernement qui semble y trouver une opportunité de se dédouaner de la situation chaotique engendrée par un chômage croissant, en sensibilisant massivement les chômeur·euse·s à l'entrepreneuriat. Ainsi, il est attendu de ces dernier·ère·s mais également des futur·e·s diplômé·e·s qu'ils·elles soient davantage responsables de leur propre insertion sur le marché du travail (Nyock Ilouga, 2019 ; Pari, 2014).

Le terme entrepreneuriat revêt des définitions multiples. Sans nous appesantir sur les conceptions diverses présentes dans la littérature, il nous convient de préciser comment nous le concevons. Il peut être défini comme la création effective d'une entreprise individuelle (auto-emploi) ou employant autrui, avec une conduite d'activités visant à assurer son maintien, en vue d'atteindre les buts qui lui sont dévolus. En tant que tel, l'entrepreneuriat

est déterminé par des facteurs multiples et diversifiés notamment, les prédispositions (personnalité), les facteurs personnels (identité), autorégulateurs (sentiment d'efficacité), interpersonnels (soutiens de proches), contextuels (politiques publiques) et résulte de la mise en œuvre d'intentions y afférents (Linán & Chen, 2009 ; Nyock Ilouga et al., 2014 ; Schmitt-Rodermund, 2004 ; Sharahiley, 2020). Les intentions entrepreneuriales traduisent quant à elles le désir des individus de fonder une entreprise (Linán & Chen, 2009). En complément des déterminants de la création effective d'entreprise, plusieurs recherches ont mis en exergue de nombreux antécédents des intentions entrepreneuriales parmi lesquelles figurent l'exposition précoce aux activités des personnes entreprenantes, des opinions positives, la recherche d'autonomie (pour une revue complète, voir Nyock et al., 2013). Ces facteurs ont été relevés soit comme facilitateurs, soit comme barrières auprès de publics variés (Pari, 2014 ; Pari et al., 2016). En effet, les intentions entrepreneuriales ont été largement étudiées auprès d'étudiant·e·s (Sharahiley, 2020). Cependant, elles sont encore peu documentées chez les chômeur·euse·s à la recherche d'emploi (Atitsogbe, Mama et al., 2019 ; Nyock Ilouga et al., 2020). Or, comprendre les processus aboutissant à leur développement contribuera de façon significative à l'élaboration et à la mise en œuvre de politiques et d'interventions qui promeuvent la culture entrepreneuriale.

Le contexte togolais

Avec une population estimée à huit millions d'habitants, un taux de croissance annuelle de 2,6 %, le Togo dispose d'une population jeune, avec 60 % ayant moins de 25 ans (Nations Unies, 2018 ; OCDE, 2016). Si sa jeunesse représente un grand atout pour le marché du travail, celle-ci fait par contre face dans sa grande majorité, à de nombreuses difficultés d'accès à l'emploi (Atitsogbe et al., 2016). En effet, 30 % des diplômé·e·s de l'enseignement supérieur sont sans emploi tandis qu'un quart de la population rencontre des difficultés à effectuer une transition satisfaisante vers l'emploi (OCDE, 2016). Selon les institutions internationales et les chercheur·e·s, l'entrepreneuriat des jeunes pourrait potentiellement contribuer à baisser le taux de chômage et à dynamiser l'économie du pays (Atitsogbe, Mama et al., 2019 ; OCDE, 2016). Ces dernières années, le gouvernement togolais a multiplié les efforts en vue de soutenir les jeunes entrepreneur·e·s. Ces efforts se traduisent par la simplification des procédures et une réduction des coûts de création d'entreprise (par exemple la possibilité de créer son entreprise en ligne en

24 heures, la définition du capital pour la constitution d'une société anonyme à responsabilité limitée qui était fixée à 1 000 000 de franc CFA, équivalent de 1 500 euros, est désormais laissée au libre choix de l'entrepreneur·e depuis 2017). Le soutien d'associations œuvrant à l'acquisition de compétences (par exemple le montage de dossier de demande de financement), le financement des projets prometteurs et la constitution d'un vivier d'entrepreneur·e·s ont été institués et sont pilotés par des institutions comme le Fonds d'Appui aux Initiatives Économiques des Jeunes (Faiej), le Programme d'Appui au Développement à la Base (Pradeb), le Forum des Jeunes Entrepreneurs (FJE), les concours d'applications innovantes (notamment AppsTogo), le Réseau des jeunes entrepreneurs pour l'émergence de l'Afrique, le Youth Competency Development Center [Centre de développement de compétences des jeunes]. Malgré ces efforts, l'intérêt entrepreneurial suscité auprès des jeunes semble n'avoir pas grand succès en ce qui concerne le démarrage d'initiatives concrètes (Pari et al., 2018).

Selon le rapport final de l'étude diagnostique de référence sur la situation de l'emploi des jeunes au Togo (Amouzou, 2012), l'auto-emploi est devenu une stratégie de survie développée par les jeunes qui font face au chômage. Ces jeunes sont tout d'abord motivés à obtenir un emploi salarié, puis, une fois confrontés au chômage, choisissent de se lancer dans l'entrepreneuriat (Amouzou, 2012 ; Pari, 2014). Pari et al. (2016) distinguent huit principaux facteurs d'engagement dans l'entrepreneuriat : le besoin d'indépendance, la recherche du pouvoir, les connaissances sur l'entrepreneuriat, les contraintes liées au travail à la fonction publique, le besoin de dépassement de soi, l'optimisme, les conditions financières défavorables et des attentes par rapport à l'entrepreneuriat. Par ailleurs, des études font ressortir une inhibition de la motivation entrepreneuriale chez les chômeur·euse·s et les entrepreneur·e·s potentiel·le·s (Golo, 2012 ; Pari, 2014). Selon ces auteurs, les éléments en cause dans la réticence à s'engager dans la création d'entreprise ou l'auto-emploi sont entre autres la pression fiscale, la difficulté d'accès aux prêts de démarrage, la non-maîtrise des procédures de création d'entreprise ou un environnement perçu comme peu ou non favorable à l'entrepreneuriat. Les représentations et croyances influencent considérablement la propension entrepreneuriale des individus (Nyock Ilouga et al., 2020). Par exemple, il a été montré que les chômeur·euse·s renonçant à s'engager dans une telle voie conçoivent l'entrepreneuriat comme un domaine où il faut disposer de moyens financiers importants (Pari et al., 2018). Il a également été montré que la résistance à l'entrepreneuriat (ou à l'auto-emploi) des chômeur·euse·s ne s'explique pas

par le type de formation initiale suivie ou leur faible employabilité, mais bien par des facteurs environnementaux tels que la pression fiscale et les difficultés financières au démarrage (Pari, 2014). Par conséquent, les jeunes diplômé·e·s ont une préférence marquée pour les emplois salariés.

Le modèle des intentions entrepreneuriales (Linán & Chen, 2009)

La théorie de l'action raisonnée (TAR) de Fishbein et Ajzen (1975) permet de comprendre les processus qui sous-tendent la décision des individus de créer une entreprise. Issue de la psychologie sociale, elle stipule que le comportement de chaque individu est précédé d'une intention de mise en œuvre, laquelle est elle-même fonction de deux éléments : l'attitude de la personne à l'égard du comportement en question et les normes subjectives. L'attitude de l'individu serait déterminée par ses croyances à propos des conséquences du comportement et de l'évaluation qu'il en fait. Les normes subjectives sont quant à elles relatives à la perception qu'ont les individus sur le fait que leurs autrui significatifs (famille, ami·e·s, enseignant·e·s et pairs) approuveront ou pas leur comportement. En appliquant la TAR au domaine de l'entrepreneuriat, on s'attendra à ce que la création d'entreprise par une personne soit déterminée par son intention de le faire, elle-même fonction de l'attitude de la personne envers l'entrepreneuriat et des normes subjectives (soutien perçu des proches) (Linán & Chen, 2009).

Objectifs et hypothèses

Les prédictors des intentions entrepreneuriales et les déterminants de la création effective d'entreprise sont encore peu étudiés en Afrique subsaharienne, en particulier auprès des étudiant·e·s et chômeur·euse·s (Nyock Ilouga, et al., 2020). À travers une dizaine d'hypothèses reliant des variables démographiques, environnementales et relatives à l'entrepreneuriat, cette recherche menée auprès d'étudiant·e·s et chômeur·euse·s à la recherche d'emploi au Togo, est une contribution à l'élargissement des connaissances cruciales à la mise en œuvre d'actions ciblées visant à promouvoir l'entrepreneuriat auprès de ces populations.

Effets des normes subjectives (soutien social perçu), sexe, âge, filière d'étude, redoublement et durée du chômage sur les attitudes et intentions entrepreneuriales chez les étudiant·e·s et chômeur·euse·s.

Sexe. Des études antérieures mentionnent que dans des contextes comme le Togo, les hommes ont plus de pression sociale à être actifs professionnellement, ce qui les amène à prendre très tôt des décisions par rapport à leur carrière, comparés aux femmes qui sont sujettes à plus d'indécision (Atitsogbe et al., 2018). En se basant sur ces données, l'on s'attendra à ce que les hommes manifestent plus d'intentions entrepreneuriales.

Âge. D'après une recherche conduite il y a quelques années, 70 % des entrepreneur·e·s au Togo ont plus de 40 ans (Golo, 2012). Si cette étude permet d'établir une relation entre l'âge et le statut d'entrepreneur·e, aucune étude à notre connaissance n'a investigué l'effet de l'âge sur les intentions entrepreneuriales dans ce contexte. L'étude de Chipeta et al., (2016) auprès d'étudiant·e·s sud-africain·e·s comparant deux groupes d'âge (18-24 ans et les plus de 27 ans) a montré une différence dans le niveau des intentions entrepreneuriales en faveur du groupe plus âgé. Ces résultats indiquent donc que les intentions entrepreneuriales chez les étudiant·e·s s'accroissent avec l'âge. Par ailleurs, les besoins souvent associés à ces intentions que sont l'autonomie, l'indépendance et la réalisation de soi s'accroissent généralement avec l'âge (Pari et al., 2018), une relation linéaire pourrait être postulée entre l'âge et les intentions entrepreneuriales.

Redoublement (étudiant·e·s) et durée du chômage (chômeur·euse·s). Des échecs et redoublements scolaires augmentent le risque d'abandon des études (Battin-Pearson et al., 2000 ; Gury, 2007). Si sortir avec ou sans diplôme du système universitaire peut avoir une incidence sur les possibilités de trouver un emploi satisfaisant, cela ne semble pas constituer une barrière sérieuse à la réalisation de soi par la création de son entreprise (Nyock Ilouga et al., 2014). Ainsi, dans des contextes où les opportunités d'emploi sont limitées, l'entrepreneuriat pourrait permettre aux étudiant·e·s rencontrant des difficultés dans leur parcours de se positionner rapidement sur le marché du travail. Quant aux chômeur·euse·s, leurs chances de trouver un emploi peuvent s'amenuiser avec le temps et de ce fait, leurs intentions entrepreneuriales pourraient se renforcer.

Attitudes personnelles à l'égard de l'entrepreneuriat et normes subjectives. Dans des contextes où les opportunités d'emploi sont cruciales,

les attitudes envers l'entrepreneuriat seraient plus renforcées chez les chômeur·euse·s pour qui l'accès au marché du travail devient l'objectif principal (Tessier-Dargent, 2014). Des investigations menées auprès de jeunes togolais·es montrent que ceux·celles-ci mobilisent activement le soutien de leurs proches (par exemple la famille et les pairs) aussi bien en phase préparatoire d'un projet professionnel qu'en phase d'insertion (Atitsogbe, Sovet et al., 2019). Le soutien de l'entourage est plus crucial à la phase d'insertion d'autant qu'il a un poids important dans l'employabilité des diplômé·e·s en quête d'emploi (OCDE, 2016). Selon Atitsogbe, Mama et al. (2019), les jeunes diplômé·e·s à la recherche d'emploi manifestent plus d'intention de devenir entrepreneur·e·s comparé·e·s aux étudiant·e·s. En se basant sur ces connaissances, il est raisonnable de s'attendre à ce que les chômeur·euse·s perçoivent plus de soutien de l'entourage (famille, ami·e·s, enseignant·e·s et pairs) comparé·e·s aux étudiant·e·s étant donné qu'ils·elles sont plus confronté·e·s aux difficultés d'insertion.

Filière d'étude. Très peu de données sont disponibles sur les pays francophones d'Afrique sub-saharienne quant au lien entre le type de formation et les intentions entrepreneuriales. Une étude menée en Suisse montre des intentions plus marquées chez les étudiant·e·s en sciences économiques et droit, comparé·e·s aux étudiant·e·s en sciences sociales (Sieger et al., 2014). Compte tenu du contenu des formations en sciences économiques (par exemple des modules sur l'étude de marché) et en sciences sociales, il est fort possible que de tels résultats soient répliqués dans notre contexte d'étude.

En considérant les relations ci-dessus décrites, nous posons les hypothèses suivantes :

H_1 : Les hommes auront un score moyen plus élevé sur les intentions entrepreneuriales comparés aux femmes au sein des deux groupes (étudiant·e·s et chômeur·euse·s) ;

H_2 : Les intentions entrepreneuriales sont associées positivement à l'âge ;

H_3 : Le nombre de redoublements influence positivement les intentions entrepreneuriales des étudiant·e·s, c'est-à-dire que plus l'étudiant·e accumule des années d'échec, plus ses intentions entrepreneuriales se renforcent ;

H_4 : La durée du chômage influence positivement les intentions entrepreneuriales chez les chômeur·euse·s ;

H_5 : Le groupe de chômeur·euse·s aura un score moyen plus élevé sur les attitudes entrepreneuriales comparé à celui d'étudiant·e·s ;

H_6 : Le groupe de chômeur·euse·s évaluera plus positivement les normes subjectives c'est-à-dire qu'il mentionnera plus de soutien de l'entourage (famille, ami·e·s, enseignant·e·s et pairs) comparé à celui des étudiant·e·s ;

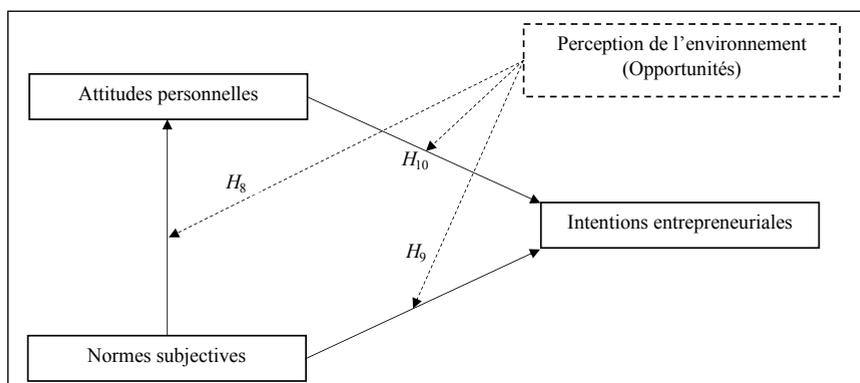
H_7 : Les intentions entrepreneuriales sont influencées par la filière d'étude. Plus précisément, la filière sciences économiques et gestion est supposée être associée à des attitudes et intentions plus renforcées que celle des sciences humaines et sociales au sein des deux groupes.

Rôle modérateur de la perception de l'environnement dans les relations entre normes subjectives, attitudes envers l'entrepreneuriat et intentions entrepreneuriales

Le modèle des intentions entrepreneuriales (Linán & Chen, 2009) postule que les normes subjectives (soutiens perçus de l'entourage) influencent positivement les attitudes personnelles à propos de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, il postule que les normes et les attitudes jouent un rôle prédictif positif sur les intentions entrepreneuriales. Étant donné que la perception de l'environnement influence significativement la décision de création d'entreprise et que les facteurs environnementaux sont les plus cités parmi les barrières perçues à l'entrepreneuriat dans notre contexte d'étude (Golo, 2012 ; Pari, 2014), nous postulons que la perception de l'environnement en matière d'opportunités (faibles ou élevées) influencerait la nature des relations postulées dans le modèle des intentions entrepreneuriales, notamment l'influence des normes subjectives sur les attitudes envers l'entrepreneuriat (H_8) et les intentions entrepreneuriales (H_9), et celle des attitudes envers l'entrepreneuriat sur les intentions entrepreneuriales (H_{10}) (Figure 1).

Figure 1

Rôle modérateur hypothétique de la perception de l'environnement dans les relations entre les normes subjectives, les attitudes envers l'entrepreneuriat et les intentions entrepreneuriales

**Figure 1**

Hypothesized moderating role of perceived opportunities in the immediate environment in the relations between subjective norms, attitudes towards entrepreneurship, and entrepreneurial intents

Méthodologie

Participant·e·s

Cette étude est le prolongement d'une recherche antérieure (Atitsogbe, Mama et al., 2019) analysant les liens entre ressources personnelles, employabilité et intentions entrepreneuriales chez les étudiant·e·s et jeunes diplômé·e·s à la recherche d'un emploi. Une enquête par questionnaire a été menée auprès de 743 participant·e·s dont 527 étudiant·e·s (71 %) âgés de 18 à 44 ans ($M = 23,4$; $ET = 3,31$) et 216 diplômé·e·s cherchant un emploi (29 %) âgés de 18 à 44 ans ($M = 28,2$; $ET = 4,41$). Parmi les étudiant·e·s, 255 (48,4 %) sont inscrit·e·s en sciences humaines et sociales, 244 (46,3 %) en sciences économiques et gestion, 20 (3,8 %) en droit et 8 (1,5 %) en secrétariat tandis que parmi les chômeur·euse·s, 33 (15,3 %) sont diplômé·e·s en sciences humaines et sociales, 74 (34,3 %) en sciences économiques et gestion, 21 (9,7 %) en formations professionnelles, 11 (5,1 %) en informatique, 8 (3,7 %) en droit, 6 (2,8 %) en secrétariat, 3 (1,4 %) en sciences de la vie,

2 (0,8 %) en gestion de projet et 58 (26,9 %) n'ont pas donné d'information sur le type d'études suivies. Concernant le niveau d'études des étudiant·e·s, 1 (0,2 %) a un niveau doctorat, 87 (16,5 %) ont le niveau master (M1 ou M2), 439 (83,3 %) le niveau licence (L1, L2 ou L3) tandis que 20 (9,3 %) chômeur·euse·s ont le niveau M1 ou M2, 169 (78,2 %) le niveau L1, L2 ou L3, 5 (2,3 %) le niveau secondaire et 1 (0,5 %) n'a pas mentionné le niveau d'éducation atteint. Les caractéristiques de l'échantillon sont présentées dans le tableau 1.

Tableau 1
Caractéristiques des échantillons

	Étudiant·e·s (N = 527)	En recherche d'emploi (N = 216)
Age		
Min-Max	18 – 44	18 – 44
Moyenne (écart-type)	23,40 (3,31)	28,20 (4,41)
Sexe		
Femmes	207 (39,30 %)	67 (31 %)
Hommes	320 (60,70 %)	149 (69 %)
Niveau d'étude		
Licence (L1, L2, L3)	439 (83,30 %)	169 (78,20 %)
Master (M1, M2)	87 (16,50 %)	20 (9,30 %)
Doctorat	1 (0,20 %)	–
Niveau secondaire (Lycée)	–	5 (2,30 %)
Non-réponse	–	1 (0,50 %)
Domaine d'étude		
Sciences humaines et sociales	255 (48,40 %)	33 (15,30 %)
Sciences économiques et gestion	244 (46,30 %)	74 (34,30 %)
Droit	20 (3,38 %)	8 (3,70 %)
Secrétariat	8 (1,5 %)	6 (2,80 %)
Formation professionnelles	–	21 (9,70 %)
Filières informatiques	–	11 (5,10 %)
Sciences de la vie	–	3 (1,40 %)
Gestion de projets	–	2 (0,80 %)
Non-réponse	–	58 (26,90 %)

Table 1
Sample characteristics

Instruments

Les variables en lien avec l'entrepreneuriat. Trois mesures en lien avec l'entrepreneuriat tirées du questionnaire relatif au modèle des intentions entrepreneuriales (Linán & Chen, 2009) ont été utilisées. La première est constituée de cinq items mesurant les attitudes reliées à l'entrepreneuriat (exemple d'item : « Devenir entrepreneur implique plus d'avantages que d'inconvénients pour moi »). La consistance interne des items est évaluée au moyen du coefficient oméga (ω) de McDonald (1981), reconnu pour être plus précis que l'alpha de Cronbach, plus largement utilisé (Dunn et al., 2014). Une valeur $\omega = .70$ est considérée comme acceptable et plus sa valeur est proche de 1, plus la mesure a une consistance interne très élevée. La valeur d'oméga pour cette échelle est de .80 pour l'échantillon d'étudiant·e·s, .74 pour celui de chômeur·euse·s et .79 pour l'échantillon global. La seconde est constituée de six items mesurant les intentions entrepreneuriales (par exemple « Je ferai tout mon possible pour fonder et faire évoluer mon entreprise »), avec une valeur d'oméga de .89 pour le groupe d'étudiant·e·s, .87 pour celui de chômeur·euse·s et .89 pour l'échantillon global. La troisième évalue les normes subjectives représentant les soutiens que peuvent avoir les personnes auprès de leur entourage (famille, ami·e·s, enseignant·e·s et pairs), leur approbation si ces personnes prenaient la décision de s'engager dans une carrière entrepreneuriale. La valeur d'oméga pour cette troisième échelle à quatre items est de .74 pour le groupe d'étudiant·e·s, .72 pour le groupe de chômeur·euse·s et .74 pour l'échantillon global. Les items de ces trois mesures sont évalués sur une échelle de Likert allant de 1 « Complètement en désaccord » à 5 « Complètement d'accord ». Ces échelles ont déjà été testées dans le contexte d'étude et se sont révélées valides et plus précisément, auprès de la population d'étude (Atitsogbe, Mama et al., 2019).

Les opportunités dans la région. Elles sont mesurées à partir d'une échelle à sept items évaluant les opportunités présentes dans la région en faveur de l'entrepreneuriat comme des atouts pour l'auto-emploi ou la création d'entreprise, des opportunités de financement d'entrepreneurs et l'accessibilité des formations à l'entrepreneuriat (Battistelli, 2001). Exemple d'item : « Dans ma région, il existe beaucoup d'initiatives publiques (informations et formations) pour soutenir l'entrepreneuriat ». Les items sont évalués sur une échelle de Likert allant de 1 « Complètement en désaccord » à 5 « Complètement d'accord ». L'oméga pour cette échelle est de .68 pour l'échantillon d'étudiant·e·s, .56 pour celui de chômeur·euse·s et .64 pour

l'échantillon global. Cette échelle présente une faible consistance interne étant donné qu'elle évalue un ensemble hétérogène d'opportunités.

Le redoublement. Il a été demandé aux étudiant·e·s d'indiquer leur année d'entrée à l'université. Le nombre de redoublements a été déterminé à partir de leur année d'entrée à l'Université et l'année académique en cours. Par exemple, un·e étudiant·e de licence (3^e année) entré·e à l'université il y a cinq ans, totalise deux redoublements. Le nombre de redoublements varie de 0 à 17 ($M = 0,90$; $E.T. = 1,85$). Le redoublement peut donc inclure de véritables redoublements et des arrêts dans le cursus. Environ 37 % des étudiant·e·s ont véritablement redoublé au moins une fois.

Durée du chômage. Les chômeur·euse·s ont été invité·e·s à indiquer depuis combien de mois ils·elles étaient au chômage. La durée du chômage varie de 1 à 168 mois ($M = 24,70$; $E.T. = 27,10$), avec une médiane de 12 mois. D'après un récent rapport, les jeunes diplômé·e·s au Togo obtiennent leur premier emploi en moyenne après 36 mois (OCDE, 2016).

Procédure

Les données ont été collectées auprès d'étudiant·e·s régulièrement inscrit·e·s au sein de différents départements de l'Université de Lomé. Les diplômé·e·s à la recherche d'emploi ont rempli le questionnaire au cours d'une formation organisée à leur attention par l'Agence nationale pour l'emploi (ANPE), visant à développer leur employabilité. Dans les deux cas, les objectifs de l'étude ont été clairement annoncés aux participant·e·s. Seul·e·s les volontaires ont participé à l'enquête après avoir donné leur consentement.

Analyses

La distribution normale des données est évaluée au moyen du test Shapiro-Wilk avec des valeurs p supérieures à 0,05 attendues (Shapiro & Wilk, 1965 ; Razali & Wah, 2011) et des coefficients d'asymétrie [Skewness] (S) et d'aplatissement [Kurtosis] (K). Les données qui suivent parfaitement la loi normale présentent des valeurs S et K de 0 tandis que celles proches d'une distribution normale, des valeurs absolues S et K comprises entre 0 et 2 (Johari et al., 2018). La comparaison des moyennes des groupes a été effectuée au moyen du test t de Student. Pour évaluer les liens entre les variables, des corrélations et régressions linéaires sont calculées en utilisant le logiciel Jamovi.

Le rôle modérateur de la perception de l'environnement (opportunités) dans les relations entre les attitudes personnelles, les normes subjectives et les intentions entrepreneuriales est testé sur l'échantillon global en utilisant la macro PROCESS de Hayes (2018) sur SPSS 25.0. Selon l'auteur, la significativité de l'effet modérateur d'une variable W dans la relation entre une variable indépendante X et dépendante Y (ou l'effet de X sur Y est-il fonction de W ?) peut être déterminée à partir de deux modèles hiérarchiques en deux étapes. Dans la première étape (modèle 1), Y est estimée en fonction de X et W et le pourcentage de variance expliqué (R^2_1) est déterminé pour ce modèle. Dans la deuxième étape (modèle 2), l'effet d'interaction XW est rajouté au modèle 1 et le pourcentage de variance expliqué (R^2_2) est déterminé pour ce second modèle. Lorsque la variation du R^2 ($\Delta R^2 = R^2_2 - R^2_1$) est significative ($p < .05$), on est alors en présence d'un modérateur d'effet significatif.

Modèle 1 : $Y = i_Y + b_1X + b_2W + e_Y$; avec i_Y , la constante ; b_1 et b_2 , les effets principaux respectifs de la variable indépendante et de la variable modératrice ; e_Y , l'erreur d'estimation ;

Modèle 2 : $\hat{Y} = C + b_1X + b_2W + b_3XW + e_{\hat{Y}}$; avec i_Y , la constante ; b_3 l'effet d'interaction entre la variable indépendante et la variable modératrice et $e_{\hat{Y}}$, l'erreur d'estimation.

Le test de modulation permet donc d'établir si la relation entre une variable indépendante (VI) et dépendante (VD) est une fonction de la variable modératrice. Ainsi, les représentations graphiques des relations linéaires entre VI et VD en fonction de la variable modératrice facilitent l'interprétation des résultats et la compréhension du processus. PROCESS génère ces représentations graphiques selon trois scores de la variable modératrice : faible, moyen et élevé. Deux méthodes sont généralement utilisées pour déterminer ces scores. La première est basée sur l'écart-type où la valeur faible de la variable modératrice = moyenne_{modératrice} - écart-type_{modératrice}, la valeur moyenne = moyenne_{modératrice} et la valeur élevée = moyenne_{modératrice} + écart-type_{modératrice}. La deuxième méthode consiste à déterminer les valeurs faible, moyenne et élevée de la variable modératrice à partir des scores correspondant aux 16^e, 50^e et 84^e percentiles de la distribution de ses scores. Hayes (2018) recommande cette seconde méthode lorsque la variable modératrice est continue. Une seconde raison est que la méthode de l'écart-type pourrait générer des valeurs non comprises entre le minimum et le maximum des scores de la variable modératrice si les données ne suivent pas la loi normale. Pour ces raisons, nous avons choisi la méthode des percentiles et les scores correspondant aux 16^e, 50^e et 84^e percentiles de la distribution des scores de

notre variable modératrice (les opportunités perçues) sont respectivement 2,29 ; 3,14 et 3,86. Dans notre étude, les comparaisons finales porteront sur les valeurs faible et élevée. L'intervalle de confiance (IC) retenu pour le test de modulation est 95 % avec un échantillon de 5 000 cas (bootstrapping) (Preacher & Hayes, 2008). Le bootstrapping est une méthode d'inférence statistique non paramétrique consistant en une réplication multiple des données à partir d'un échantillon disponible (Lunneborg, 2000).

Résultats

Distributions et corrélations

Les tests de Shapiro-Wilk sont significatifs ($p \leq 0,001$) pour l'ensemble des échelles (attitudes, intentions, soutiens et opportunités), indiquant que la distribution des données ne suit pas la loi normale. Néanmoins, les valeurs absolues de S (allant de 0,75 à 1,04) et K (allant de 0,14 à 0,84) rapportées dans le Tableau 2 pour les quatre échelles suggèrent que la distribution des données est proche de la normale. Des corrélations significatives allant de 0,39 à 0,71 sont observées entre les intentions entrepreneuriales, les normes subjectives et les attitudes personnelles au sein de chaque groupe (étudiant·e·s et chômeur·euse·s). Dans le groupe d'étudiant·e·s, le redoublement corrèle positivement et de manière significative uniquement avec les attitudes envers l'entrepreneuriat ($r = 0,11, p = 0,01$) et les intentions entrepreneuriales ($r = 0,11, p = 0,01$). Chez les chômeur·euse·s, la durée du chômage ne corrèle significativement avec aucune des quatre variables à l'étude à savoir les attitudes ($r = 0,12, p = 0,10$), intentions ($r = 0,01, p = 0,92$), soutiens ($r = -0,13, p = 0,07$) et opportunités ($r = -0,12, p = 0,11$).

Tableau 2*Asymétrie, aplatissement, consistance interne et corrélations entre les variables*

Mesures	Échantillon total (N = 743)			Corrélations					
	S	K	ω	1	2	3	4	5	6
1. Intentions entrepreneuriales	-0,85	0,06	.89	—	.71***	.39***	.14*		.01
2. Attitudes personnelles	-1,04	0,84	.79	.69***	—	.37***	.15*		.12
3. Soutien de l'entourage	-0,75	0,53	.74	.39***	.44***	—	.08		-.13
4. Perception de l'environnement	-0,18	-0,14	.64	.28***	.26***	.14**	—		-.12
5. Redoublement ^a				.11*	.11*	.03	-.03	—	
6. Durée du chômage ^b									—

Note. ^a Nombre de redoublements (pour les étudiant·e·s uniquement) ; ^b Durée du chômage en nombre de mois (pour les chômeur·euse·s uniquement) ; ω = Coefficient oméga de McDonald ; S = Asymétrie ; K = Aplatissement ; Les corrélations pour le groupe Étudiant·e·s se situent en dessous de la diagonale tandis que ceux du groupe Chômeur·euse·s se situent au-dessus ; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Table 2*Skewness, kurtosis, internal consistency coefficients, and bivariate correlations*

Effets des variables démographiques sur les intentions entrepreneuriales

Chez les étudiant·e·s, il n'y a pas de différence significative observée entre les femmes et les hommes concernant les intentions entrepreneuriales $t(525) = -0,59$, $p = 0,55$; $d = -0,05$, tandis que chez les diplômé·e·s cherchant un emploi, l'on observe une différence en faveur des hommes $t(214) = -2,16$, $p < 0,05$; $d = -0,32$ (H_1). Notre première hypothèse est donc confirmée uniquement au sein du groupe de chômeur·euse·s. Les analyses de régression linéaire simple confirment notre hypothèse que le niveau des intentions entrepreneuriales s'accroît avec l'âge (H_2), mais uniquement chez les étudiant·e·s ($b = 0,03$, $p = 0,01$; $R^2 = 0,01$). Chez les chômeur·euse·s, bien que les intentions entrepreneuriales tendent plutôt à diminuer avec l'âge, cette relation n'est pas significative ($b = -0,01$, $p = 0,35$; $R^2 < 0,01$). Par ailleurs, les analyses de régression montrent que chez les étudiant·e·s, le niveau des intentions entrepreneuriales augmente significativement avec le nombre de

redoublements ($b = 0,05$, $p = 0,01$; $R^2 = 0,01$), corroborant l'hypothèse H_3 . Contrairement à nos attentes (H_4), chez les chômeur·euse·s, la durée de la recherche d'emploi n'influence pas significativement le niveau des intentions entrepreneuriales, ($b < 0,01$, $p = 0,92$; $R^2 < 0,01$). Ces résultats montrent que les intentions entrepreneuriales sont influencées dans une certaine mesure par le sexe, l'âge et le redoublement. Par contre, il n'y a pas de lien direct entre la durée du chômage et les intentions entrepreneuriales.

Différences sur les attitudes personnelles et les normes subjectives selon le statut

Conformément à nos attentes, le groupe de chômeur·euse·s obtient des scores plus élevés sur les attitudes personnelles comparé au groupe d'étudiant·e·s (H_5) : $t(741) = 4,66$, $p < 0,001$; $d = 0,38$. Des résultats similaires sont observés pour les normes subjectives (H_6) : $t(741) = 3,68$, $p < 0,001$; $d = 0,30$ (tableau 3).

Tableau 3

Comparaisons de moyennes sur les variables selon le statut

Mesures	Statut				
	Étudiant·e·s ($N = 527$)		En recherche d'emploi ($N = 216$)		d
	M	ET	M	ET	
1. Attitudes personnelles	3,90	0,88	4,22	0,80	0,38***
2. Intentions entrepreneuriales	3,86	0,93	4,21	0,86	0,39***
3. Normes subjectives	3,77	0,87	4,03	0,93	0,30***
4. Perception de l'environnement	3,09	0,75	3,06	0,77	0,04 ^{ns}

Note. Les d de Cohen sont positifs lorsque les diplômé·e·s à la recherche d'emploi ont des scores plus élevés que les étudiant·e·s ; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$; ns = différence non significative.

Table 3

Mean comparisons on variables by status

Intentions entrepreneuriales et filières d'études

Conformément à l'hypothèse H_7 , les chômeur·euse·s diplômé·e·s en sciences économiques et gestion ont une attitude plus positive et un score moyen plus élevé sur les intentions entrepreneuriales comparé·e·s à ceux·celles diplômé·e·s en sciences humaines et sociales (tableau 4). Par ailleurs, ils·elles mentionnent pouvoir bénéficier de plus de soutien de leur entourage et évaluent plus positivement leur environnement en ce qui concerne son caractère favorable à l'entrepreneuriat que leurs condisciples des sciences humaines et sociales. Cependant, contrairement à nos attentes, aucune différence significative n'a été observée sur ces variables chez les étudiant·e·s. Ces résultats suggèrent que les différences sur les attitudes et les intentions entrepreneuriales des personnes poursuivant ces deux types de filières émergent seulement après la fin des études.

Tableau 4

Comparaisons de moyennes sur les attitudes personnelles et les intentions entrepreneuriales selon le type de filière

Mesures	Étudiant·e·s					En recherche d'emploi				
	SEG (N = 244)		SHS (N = 255)		<i>d</i>	SEG (N = 74)		SHS (N = 33)		<i>d</i>
	<i>M</i>	<i>ET</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>		<i>M</i>	<i>ET</i>	<i>M</i>	<i>ET</i>	
1. Attitudes personnelles	4,02	0,71	3,80	0,98	0,26**	4,10	0,96	4,28	0,83	-0,19 ^{ns}
2. Intentions entrepreneuriales	3,96	0,79	3,81	1,01	0,17*	4,05	0,96	4,31	0,92	-0,27 ^{ns}
3. Normes subjectives	3,90	0,80	3,63	0,91	0,32***	3,88	1,08	4,19	0,67	-0,32 ^{ns}
4. Perception de l'environnement	3,15	0,72	2,97	0,76	0,25**	3,14	0,81	3,18	0,76	-0,05 ^{ns}

Note. SEG = Sciences économiques et gestion ; SHS = Sciences humaines et sociales ; Les *d* de Cohen sont positifs lorsque les chômeur·euse·s ou étudiant·e·s des sciences économiques et gestion ont des scores plus élevés ; * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$; ns = différence non significative.

Table 4

Mean comparisons on attitudes towards entrepreneurship and entrepreneurial intents by field of study

Rôle modérateur de la perception de l'environnement

Les résultats relatifs au rôle modérateur de la perception de l'environnement sont présentés dans le tableau 5. Comme espéré, la perception de l'environnement modère la relation entre normes subjectives et attitudes envers l'entrepreneuriat (H_8) : $b = -0,25$, $ES = 0,04$, $p < 0,001$, 95 % $IC [-0,34 ; -0,17]$. Selon les résultats complémentaires et comme le montre la figure 2a, l'effet positif des normes subjectives sur les attitudes envers l'entrepreneuriat est plus fort lorsque les personnes perçoivent moins d'opportunités dans leur environnement ($b = 0,58$, $ES = 0,04$, $p < 0,001$, 95 % $IC [0,49 ; 0,66]$). Lorsque les opportunités perçues sont élevées, l'effet positif des normes subjectives sur les attitudes envers l'entrepreneuriat est plus faible ($b = 0,18$, $ES = 0,05$, $p < 0,001$, 95 % $IC [0,08 ; 0,27]$).

Tableau 5

Effets de modération des relations entre normes subjectives, attitudes envers l'entrepreneuriat et intentions entrepreneuriales par la perception de l'environnement

Effets	<i>b</i>	<i>ES</i>	95 % <i>IC</i> [<i>LI</i> , <i>LS</i>]	<i>p</i>	<i>R</i> ²	ΔR^2
Critère : Attitudes envers l'entrepreneuriat					0,26***	0,04***
Constante	-1,61	0,55	[-2,68 ; -0,53]	0,004		
Prédicteur : Normes subjectives	1,16	0,13	[0,90 ; 1,42]	<0,001		
Modérateur : Perception de l'environnement	1,20	0,17	[0,87 ; 1,54]	<0,001		
Normes subjectives X Perception de l'environnement	-0,25	0,04	[-0,34 ; -0,17]	<0,001		
Critère : Intentions entrepreneuriales					0,22***	0,01***
Constante	-0,68	0,60	[-1,86 ; 0,50]	0,258		
Prédicteur : Normes subjectives	0,85	0,14	[0,56 ; 1,13]	<0,001		
Modérateur : Perception de l'environnement	0,85	0,19	[0,48 ; 1,21]	<0,001		
Normes subjectives X Perception de l'environnement	-0,16	0,05	[-0,24 ; -0,07]	<0,001		
Critère : Intentions entrepreneuriales					0,50***	0,001
Constante	0,96	0,45	[0,08 ; 1,84]	0,03		
Prédicteur : Attitudes envers l'entrepreneuriat	0,59	0,11	[0,39 ; 0,80]	<0,001		
Modérateur : Perception de l'environnement	-0,07	0,15	[-0,37 ; 0,22]	0,63		
Attitudes X Perception de l'environnement	0,04	0,04	[-0,03 ; 0,11]	0,23		

Note. *b* = coefficient non standardisé ; *N* = 739 ; *ES* = erreur standard ; *IC* = intervalle de confiance ; *LI* = limite inférieure ; *LS* = limite supérieure ; *R*² = Variance expliquée des prédicteurs sur le critère ; ΔR^2 = Variation de la variance expliquée avec la prise en compte de l'effet d'interaction. *** *p* < .001

Table 5

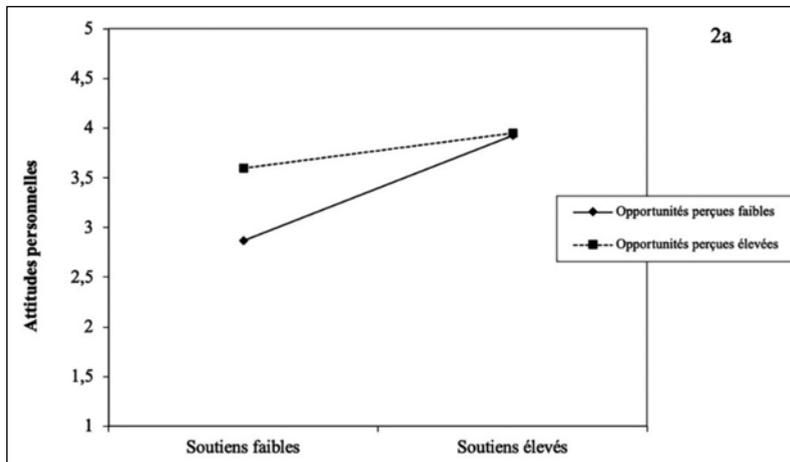
Moderation effects of perceived opportunities in the immediate environment in the relations between subjective norms, attitudes towards entrepreneurship, and entrepreneurial intents.

En accord avec H_9 , le rôle modérateur de la perception de l'environnement dans la relation entre normes subjectives et intentions entrepreneuriales est également confirmé : $b = -0,16$, $ES = 0,05$, $p < 0,001$, 95 % $IC [-0,24 ; -0,07]$. De façon similaire, lorsque les personnes perçoivent moins d'opportunités dans leur environnement, l'effet positif des normes subjectives sur les intentions entrepreneuriales est plus fort ($b = 0,49$, $ES = 0,05$, $p < 0,001$, 95 % $IC [0,40 ; 0,59]$). Cependant, lorsque les opportunités perçues sont élevées, l'effet positif des normes subjectives sur les intentions est plus faible ($b = 0,25$, $ES = 0,05$, $p < 0,001$, 95 % $IC [0,15 ; 0,35]$) (figure 2b).

Contrairement à la relation postulée H_{10} , la perception de l'environnement ne modère pas la relation entre attitudes et intentions ($b = 0,04$, $p = 0,23$, 95 % $IC [-0,03 ; 0,11]$) (figure 2c).

Figure 2

Effets modérateurs de la perception de l'environnement



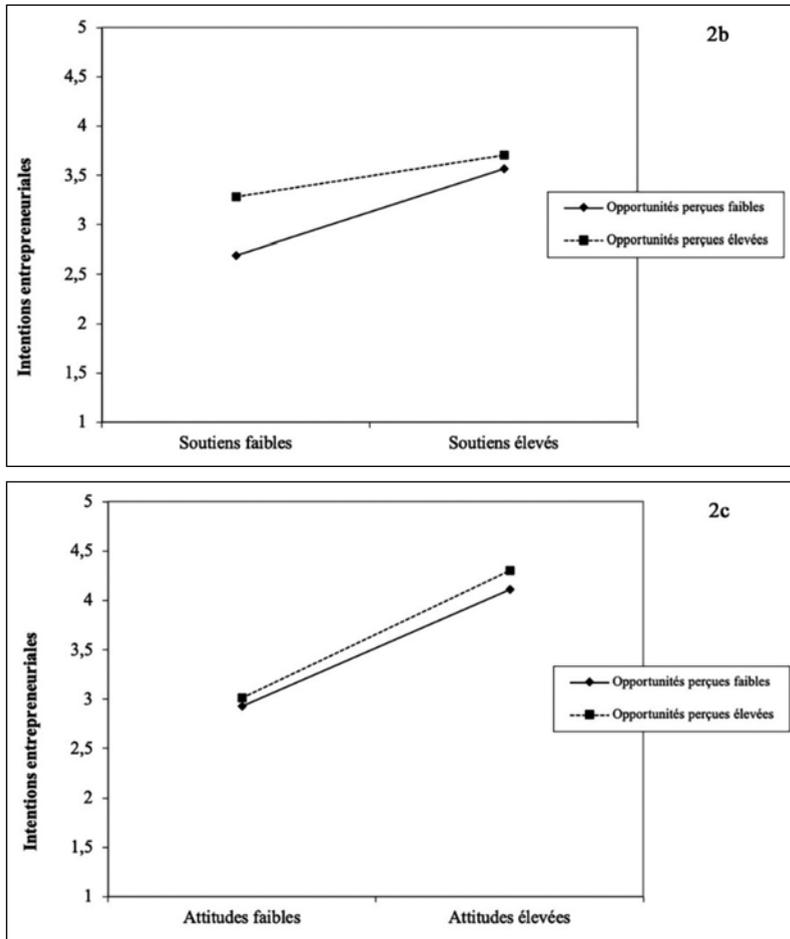


Figure 2

Moderating effects of perceived opportunities in the immediate environment

Discussion

Les objectifs poursuivis dans cette étude étaient d'identifier les variables démographiques et contextuelles influençant les intentions entrepreneuriales chez les étudiant·e·s et les diplômé·e·s à la recherche d'emploi et de tester le rôle modérateur des opportunités perçues dans les relations postulées dans le modèle des intentions entrepreneuriales de Liñán et Chen (2009).

Il en ressort qu'il y a une différence sur les intentions entrepreneuriales selon le sexe (H_1), en faveur des hommes seulement chez les diplômé·e·s à la recherche d'emploi. À première vue, ces résultats contrastent avec la perception que l'on peut avoir du contexte togolais où les femmes sont très impliquées dans le commerce individuel, une activité à laquelle la plupart sont initiées déjà dès l'adolescence. Par exemple, le succès des Nana Benz⁸ dans les affaires au Togo et dans la sous-région Ouest-africaine depuis les années 1930 en est une illustration (Heilbrunn, 1997 ; Toulabor, 2012). La faible propension à l'entrepreneuriat des femmes diplômées peut être en lien avec les mouvements d'émancipation des femmes, particulièrement au Togo, où le gouvernement met de plus en plus en œuvre des politiques visant à réduire les inégalités entre les sexes dans plusieurs domaines comme l'éducation, l'accès à l'emploi et à des postes de responsabilité élevés. Une autre explication, de nature culturelle, est la pression sociale qu'ont les jeunes hommes en tant que futurs chefs de famille, de se réaliser professionnellement dans de tels contextes (Atitsogbe et al., 2018).

Les résultats que nous avons observés indiquent que les intentions entrepreneuriales se renforcent avec l'âge chez les étudiant·e·s mais pas chez les chômeur·euse·s (H_2). L'effet de l'âge n'est donc pas toujours observé comme en témoignent certaines études. Par exemple Asamani et Mensah (2013) ont trouvé un effet non significatif de l'âge sur les intentions entrepreneuriales auprès d'étudiant·e·s ghanéen·ne·s. Amouzou (2012) a montré que plus leur âge avance, plus les jeunes chômeur·euse·s prennent conscience de la responsabilité sociale qui leur incombe et redoublent d'effort pour trouver plutôt un travail salarié, perçu comme offrant une situation plus stable, moins risquée. D'autres chercheur·e·s ont montré que la relation entre ces deux variables est non linéaire avec un renforcement des intentions chez les étudiant·e·s jusqu'à 35 ans suivi d'un déclin (Schwarz et al., 2009). Par ailleurs en France, Tornikoski et al., (2012) ont observé une diminution significative des intentions entrepreneuriales des adultes en emploi à mesure que leur âge avance jusqu'à 45 ans, puis une stabilisation après cet âge. Nos résultats semblent similaires à ceux de Baldegger et al. (2017) et de Chipeta et al. (2016) qui ont rapporté un renforcement des intentions entrepreneuriales des étudiant·e·s avec l'âge. L'influence de l'âge chez ces dernier·ère·s pourrait

⁸ Riches et célèbres commerçantes togolaises dont les pionnières émergent dans les années 1930 et qui détiennent toujours le monopole du commerce de pagnes dans la sous-région ouest-africaine. Le suffixe Benz est lié au fait qu'elles possédaient des berlines Mercedes à une époque où l'acquisition de ce type de véhicule est réservée à la classe supérieure.

être liée au besoin d'indépendance qu'ils-elles peuvent ressentir (Pari et al., 2016). Le passage du statut d'étudiant·e à celui de chômeur·euse (transition université-emploi) semble faire disparaître l'effet de l'âge. Par conséquent, les actions en vue de promouvoir l'entrepreneuriat, notamment l'éducation à l'entrepreneuriat, devraient peut-être intervenir de manière précoce dans le parcours scolaire, par exemple au secondaire.

Cette étude est à notre connaissance l'une des rares à étudier le lien entre les difficultés académiques (redoublements) et les intentions entrepreneuriales (H_3). Il est bien établi que le redoublement ou une performance scolaire insuffisante augmentent considérablement les risques de décrochage chez les étudiant·e·s (Battin-Pearson et al., 2000). Conformément à notre hypothèse, plus l'étudiant·e redouble, plus il-elle est susceptible de se tourner vers l'entrepreneuriat. Si dans les universités d'État au Togo, les étudiant·e·s bénéficient d'une aide à la réorientation suite à des redoublements successifs, aucun accompagnement à la définition d'un projet de carrière notamment entrepreneurial n'est prévu pour ce public. Un tel accompagnement pourrait enrichir les prestations d'orientation au sein des universités et réduire le risque pour les étudiant·e·s susceptibles de décrocher d'être sans emploi.

Contrairement à Wood et al., (2013) qui ont trouvé que la durée du chômage stimule les intentions entrepreneuriales chez les chômeur·euse·s aux États-Unis, cette relation n'est pas significative dans notre échantillon (H_4), certainement dû à un effet de contexte. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que dans le contexte d'étude, les chômeur·euse·s montrent une préférence forte pour les emplois salariés, particulièrement ceux de la fonction publique, plus décents (au regard de la définition du Bureau International du Travail). En effet, ces emplois offrent des avantages tels que la sécurité de l'emploi, l'assurance maladie ou l'amélioration automatique des conditions salariales au fil des années (Atitsogbe et al., 2020). Par ailleurs, les conditions-cadres n'y sont peut-être pas perçues par la majorité de ces personnes comme étant particulièrement favorables à la création et la survie d'entreprises individuelles.

Comparé·e·s aux étudiant·e·s, les diplômé·e·s en quête d'emploi évaluent plus positivement leurs attitudes envers l'entrepreneuriat (H_5) et ont des intentions entrepreneuriales plus fortes. Ces différences sur les attitudes et les intentions n'interviennent pas à la phase des études c'est-à-dire chez les étudiant·e·s, mais plutôt lors de la phase transitoire vers l'insertion professionnelle (c'est-à-dire chez les personnes en recherche d'emploi). Dans

ce dernier cas, les différences sont en faveur des chômeur·euse·s diplômé·e·s en sciences économiques et gestion. Cette situation peut s'expliquer par le fait que ces dernier·ère·s, contrairement à leurs condisciples des sciences humaines et sociales, ont eu accès à certains types de connaissances (cours de création et gestion d'entreprise, management, économie, gestion financière, marketing, gestion administrative, etc.) ou ont plus développé ces compétences durant leur parcours (Baldegger et al., 2017). De plus, les connaissances acquises au cours de leur formation leur permettent certainement d'avoir une longueur d'avance considérable dans le repérage des opportunités d'entreprise et même, de les percevoir plus facilement que leurs condisciples des sciences humaines et sociales.

Comme espéré, les chômeur·euse·s déclarent également pouvoir disposer de plus de soutien de leur entourage comparé·e·s aux étudiant·e·s (H_6). Ces résultats sont à mettre en perspective avec la proposition de certain·e·s chercheur·e·s de démocratiser les formations à l'entrepreneuriat au sein des universités, en les instituant en tant qu'unités d'enseignement libres ou transversales (Atitsogbe, Mama et al., 2019). Cette proposition permettrait de remédier en amont au manque de préparation des diplômé·e·s de filières autres que celles prédisposant à l'inclination entrepreneuriale.

En ayant répliqué les relations positives entre les normes, les attitudes et les intentions, cette recherche s'aligne sur celles qui ont précédemment montré la validité du modèle des intentions entrepreneuriales dans différents contextes (Malebana, 2014 ; Sharahiley, 2020). Cependant, sa plus grande contribution est d'avoir nuancé ces relations en y introduisant une nouvelle variable modératrice pertinente au regard du contexte étudié, la perception de l'environnement. Selon nos résultats, d'une part, l'effet positif des normes subjectives (soutien social) sur les attitudes envers l'entrepreneuriat est plus fort chez les personnes qui perçoivent moins d'opportunités dans leur environnement, et plus faible chez celles percevant plus d'opportunités (H_8). D'autre part, l'effet positif des normes subjectives sur les intentions entrepreneuriales est plus fort chez les personnes qui perçoivent moins d'opportunités et plus faible lorsque les opportunités perçues sont élevées (H_9). Ces résultats montrent que le soutien des proches à l'entrepreneuriat est surtout important pour les personnes en difficulté, notamment celles ayant une perception négative de l'environnement ou ayant plus de peine à localiser les opportunités d'affaires. Bien que la perception de l'environnement n'interfère pas significativement dans la relation entre attitudes et intentions entrepreneuriales (H_{10}), elle s'illustre comme une

variable très importante dès lors qu'il s'agit de comprendre comment le soutien social contribue à façonner d'une part les attitudes des personnes envers l'entrepreneuriat et d'autre part, leurs intentions entrepreneuriales.

Quelles sont les implications de ces résultats pour la pratique ? L'éducation à l'entrepreneuriat devrait de plus en plus outiller les bénéficiaires (élèves et étudiant·e·s entre autres) à adopter une approche analytique fine de leur environnement (repérage des opportunités) ainsi qu'une étude approfondie du marché, compétences également déterminantes dans la survie d'une entreprise (Adjegan, 2018). La culture entrepreneuriale tant souhaitée dans des contextes comme le Togo devra inéluctablement passer par l'accompagnement au développement de telles compétences par les publics cibles. Par exemple, une application concrète serait que les jeunes n'ayant préalablement aucune idée d'entreprise, puissent en avoir une, viable à concrétiser à l'issue de leur formation à l'entrepreneuriat, laquelle devrait être davantage pratique que théorique, et centrée sur les bénéficiaires (Campos et al., 2017). Le programme fédéral suisse de formation des Start-up (Innosuisse Business Concept) en est un exemple. Enfin, les pouvoirs publics pourraient également travailler davantage à rendre plus visibles les atouts, les potentialités et les secteurs porteurs en matière d'entrepreneuriat. Ce type d'action peut contribuer à désengorger les villes et à freiner l'exode rural massif. La décentralisation annoncée, porteuse d'espoir de croissance, vient de se concrétiser par l'organisation des premières élections locales dans le pays. L'effectivité de l'autonomie annoncée des villes et des régions peut contribuer à accroître les opportunités et, de façon subséquente, à renforcer les intentions entrepreneuriales chez les jeunes.

Limites et Perspectives

Nous pouvons relever quelques limites à notre étude. La première est relative à la taille de nos échantillons qui semblent être hétérogènes et non représentatifs au regard des types de formations suivies. Des échantillons plus équilibrés auraient pu permettre une comparaison incluant d'autres types de filières (droit, informatique, sciences de la vie, etc.). La seconde est en lien avec le bootstrapping utilisé dans les tests de modération, consistant en une répétition (des milliers de fois) des analyses sur des échantillons de taille inférieure à l'échantillon global, rendant tout le processus dépendant des caractéristiques de ce dernier. De ce fait, des réplifications seraient

nécessaires pour rendre compte de la généralisabilité des résultats. La troisième est en lien avec l'échelle mesurant les opportunités perçues dans la région. En effet, les coefficients de consistance interne relativement faibles observés pour cette échelle rendent discutable le calcul d'un score composite pour cette échelle. Les recherches futures devraient prendre en considération les composantes de l'échelle (atouts pour la viabilité d'entreprises, opportunités de financements, etc.) de façon élémentaire. Par ailleurs, l'opérationnalisation de la variable redoublement chez les étudiant·e·s, en considérant leur première année d'inscription et la durée « normale » du cursus a permis de suppléer le manque de données précises concernant cette variable. Cependant, la méthode est discutable car les suspensions d'études pendant plusieurs années par certain·e·s étudiant·e·s leur sont systématiquement comptées pour échec, expliquant des valeurs parfois élevées sur cette variable. Les résultats en lien avec le redoublement sont donc à prendre avec prudence. Des investigations futures prenant en compte des données précises concernant cette variable sont nécessaires. Une autre limite concerne le modèle des intentions entrepreneuriales qui n'a été que partiellement testé. En effet, pour tester la causalité des liens, il aurait fallu utiliser un design longitudinal. Par ailleurs, l'inclusion d'une évaluation des compétences entrepreneuriales permettrait de tester un modèle complet (Liñán & Chen, 2009). Des recherches futures sont nécessaires pour éclairer davantage l'impact du contexte, notamment des politiques publiques sur la culture entrepreneuriale. Les impacts réels à court et à long terme des formations à l'entrepreneuriat sont peu explorés en Afrique sub-Saharienne en général et dans notre contexte d'étude en particulier. De telles investigations empiriques auprès des chômeur·euse·s pourraient constituer un prolongement de la présente étude.

Conclusion

Dans des contextes comme le Togo où les jeunes diplômé·e·s éprouvent beaucoup de difficultés à opérer une transition satisfaisante vers l'emploi salarié, l'entrepreneuriat peut constituer une alternative nécessaire. Cette étude sur les intentions entrepreneuriales des étudiant·e·s et diplômé·e·s à la recherche d'emploi contribue à élargir les connaissances aussi bien sur le thème de l'entrepreneuriat que sur les populations étudiées. Ces connaissances peuvent se montrer utiles dans l'élaboration de politiques

en faveur de l'emploi des jeunes. En investiguant l'influence des variables démographiques et environnementales sur les intentions entrepreneuriales d'une part, et en introduisant une nouvelle variable modératrice (la perception de l'environnement) dans le modèle des intentions entrepreneuriales (Liñán et Chen, 2009), la présente étude offre un éclairage nuancé sur la validité de ce modèle, uniformément répliqué à travers plusieurs contextes culturels.

Références bibliographiques

- Achi, E. N., & Bony, K. N. (2018). Processus psychologiques et intention entrepreneuriales chez les étudiants ivoiriens. *Psychologie Internationale, Pratiques et Recherche*, 8, 1-16.
- Adjegan, K. (2018). *Étude d'effets du projet « Agir pour l'insertion professionnelle des jeunes au Togo à travers l'offre de services financiers et non financiers adaptés » sur les jeunes entrepreneurs artisans*. Rapport d'étude. Université Paris 1, France.
- Amouzou, E. A. (2012). *Étude diagnostique de référence sur la situation de l'emploi des jeunes au Togo : rapport définitif*. Ministère du développement à la base, de l'artisanat, de la jeunesse et de l'emploi des jeunes. Togo.
- Asamani, L., & Mensah, A. O. (2013). Entrepreneurial inclination among Ghanaian university students: The case of university of Cape Coast, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 5(19), 113-125.
- Atitsogbe, K. A., Kossi, E. Y., Pari, P., & Rossier, J. (2020). Decent work in sub-Saharan Africa: An application of Psychology of Working Theory in a sample of Togolese primary school teachers. *Journal of Career Assessment*, 29(1), 1-19. <https://doi.org/10.1177/1069072720928255>
- Atitsogbe, K. A., Mama, P. N., Sovet, L., Pari, P., & Rossier, J. (2019). Perceived employability and entrepreneurial intentions across university students and job seekers in Togo: The effect of career adaptability and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00180>
- Atitsogbe, K. A., Moumoula, I. A., Rochat, S., Antonietti, J.-P., & Rossier, J. (2018). Vocational interests and career indecision in Switzerland and Burkina Faso: Cross-cultural similarities and differences. *Journal of Vocational Behavior*, 107, 126-140. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.04.002>
- Atitsogbe, K. A., Sovet, L., Holu, Y. A., & Mensanvi, K. E. (2019). Soutien social et réussite universitaire chez les étudiantes et étudiants au Togo. In R. Mokoukolo, R. Nguetsa, F. Courcy, M. N. Sima, & N. Achi (Éds), *Les pays du Sud face aux défis du travail* (pp. 78-88). L'Harmattan.
- Atitsogbe, K. A., Sovet, L., & Pari, P. (2016). Analyse des barrières perçues dans l'élaboration du projet professionnel auprès d'étudiantes et étudiants au Togo. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 45(4), 405-421. <https://doi.org/10.4000/osp.5247>

- Baldegger, R., Ayer, J. M., & Pilauer, A. (2017). *L'entrepreneuriat des étudiants en Suisse occidentale* (No. REPORT_SBM). Haute école de gestion Fribourg.
- Battin-Pearson, S., Newcomb, M. D., Abbott, R. D., Hill, K. G., Catalano, R. F., & Hawkins, J. D. (2000). Predictors of early high school dropout: A test of five theories. *Journal of Educational Psychology*, 92(3), 568. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.92.3.568>
- Battistelli, A. (2001). *I Giovani e la Scelta Imprenditoriale*. Guerini e Associati.
- Chipeta, E. M., Surujlal, J., & Koloba, H. A. (2016). Influence of gender and age on social entrepreneurship intentions among university students in Gauteng province, South Africa. *Gender and Behaviour*, 14(1), 6885-6899.
- Campos, F., Frese, M., Goldstein, M., Iacovone, L., Johnson, H. C., McKenzie, D., & Mensmann, M. (2017). Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa. *Science*, 357(6357), 1287-1290.
- Dunn, T. J., Baguley, T., & Brunsden, V. (2014). From alpha to omega: A practical solution to the pervasive problem of internal consistency estimation. *British Journal of Psychology*, 105(3), 399-412. <https://doi.org/10.1111/bjop.12046>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Golo, Y. N. (2012). *Déterminants de l'entrepreneuriat au Togo. Rapport de recherche du FR-CIEA N0.20/12*. Université de Lomé, Togo.
- Gury, N. (2007). Les sortants sans diplôme de l'enseignement supérieur : temporalités de l'abandon et profils des décrocheurs. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 36(2), 137-156. <https://doi.org/10.4000/osp.1357>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis second edition: A regression-based approach*. Guilford.
- Heilbrunn, J. R. (1997). Commerce, politics, and business associations in Benin and Togo. *Comparative Politics*, 29(4), 473-492. <https://doi.org/10.2307/422015>
- Johari, R. J., Alam, M. M., & Said, J. (2018). Assessment of management commitment in Malaysian public sector. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1469955>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33, 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Lunneborg, C. E. (2000). *Data analysis by resampling: Concepts and applications*. Duxbury.
- Malebana, J. (2014). Entrepreneurial intentions of South African rural university students: A test of the theory of planned behaviour. *Journal of Economics and behavioral studies*, 6(2), 130-143. <https://doi.org/10.22610/jebbs.v6i2.476>
- McDonald, R. P. (1981). The dimensionality of tests and items. *British Journal of mathematical and statistical Psychology*, 34(1), 100-117. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8317.1981.tb00621.x>
- Ministère du développement à la base, de l'artisanat et de l'emploi des jeunes.

- (2013). *Programme Emploi Jeune (PEJ)*. Lomé, Togo.
- Nations Unies [United Nations]. (2018). *World statistics pocketbook 2018 edition*.
 - Nyock, A., Nyock Ilouga, S., & Hikkerova, L. (2013). Intention entrepreneuriale et projet professionnel. *Gestion 2000*, 30(4), 47-65. <https://doi.org/10.3917/g2000.304.0047>
 - Nyock Ilouga, S. (2019). Mobilizing volitional capacities to enhance entrepreneurial process. *International Business Research*, 12(2), 66-79. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n2p66>
 - Nyock Ilouga, S., Moussa Mouloungui, A. C., & Battistelli, A. (2020). Development and validation of the Entrepreneurial Opinions Scale among the Cameroonian self-made men and women. *Sociology Mind*, 10, 127-148. <https://doi.org/10.4236/sm.2020.103009>
 - Nyock Ilouga, S., Nyock Mouloungui, A. C., & Sahut, J. M. (2014). Entrepreneurial intention and career choices: The role of volition. *Small Business Economics* 42, 717-728. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9524-6>
 - OECD. (2016). *Enseignement supérieur et marché du travail au Togo : Comment valoriser les compétences ?* <https://doi.org/10.1787/9789264263901-fr>
 - Pari, P. (2014). Employabilité entrepreneuriale et emploi salarié : quelle orientation pour les jeunes diplômés togolais ? *Revue Interafricaine de Philosophie, Littérature et Sciences Humaines*, 15, 31-43.
 - Pari, P., Kazimna, P., & Adjita, F. (2016). Facteurs d'engagement entrepreneurial des étudiants de l'Université de Lomé. *International Journal of Innovation and Scientific Research*, 27, 31-38.
 - Pari, P., Kazimna, P., & Amedjrovi, A. (2018). Représentation sociale de l'entrepreneuriat chez les demandeurs d'emploi de Lomé. *Revue Africaine et Malgache de Recherche Scientifique, Nouvelle série, Sciences Humaines*, 10, 277-296.
 - Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Contemporary approaches to assessing mediation in communication research. In A. F. Hayes, M. D. Slater, & L. B. Snyder (Éds.), *The sage source book of advanced data analysis methods for communication research* (pp. 13-54). Sage.
 - Razali, N. M., & Wah, Y. B. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2(1), 21-33.
 - Schmitt-Rodermund, E. (2004). Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior*, 65(3), 498-518. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.007>
 - Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenecker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education+Training*, 51(4), 272-291. <https://doi.org/10.1108/00400910910964566>
 - Shapiro, S. S., & Wilk, M. B. (1965). An analysis of variance test for normality (complete samples). *Biometrika*, 52, 591-611. <https://doi.org/10.2307/2333709>
 - Sharahiley, S. M. (2020). Examining Entrepreneurial Intention of the Saudi Arabia's University Students: Analyzing Alternative Integrated Research Model of TPB and EEM.

Global Journal of Flexible Systems Management, 21(1), 67-84. <https://doi.org/10.1007/s40171-019-00231-8>

- Sieger, P., Baldegger, R., & Fueglistaller, U. (2014). *L'entrepreneuriat des étudiants en Suisse : résultats du GUESSS 2013/2014*. Institut Suisse de Recherche pour les PME à l'Université de Saint-Gall (KMU-HSG), Suisse.
- Tessier-Dargent, C. (2014). Les paradoxes de l'entrepreneuriat de nécessité : Strapontin ou tremplin ? *Entreprendre & Innover*, 1(20), 24-38. <https://doi.org/10.3917/entin.020.0024>
- Tornikoski, E. T., Kautonen, T., & Le Loarne-Lemaire, S. (2012). Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale. *Revue Française de Gestion*, 8(227), 95-109. <https://doi.org/10.3166/RFG.227.95-109>
- Toulabor, C. (2012). Les Nana Benz de Lomé : Mutations d'une bourgeoisie compradore, entre heur et décadence. *Afrique contemporaine*, 4(244), 69-80. <https://doi.org/10.3917/afco.244.0069>
- Wood, M., McKinley, W., & Engstrom, C. L. (2013). Endings and visions of new beginnings: the effects of source of unemployment and duration of unemployment on entrepreneurial intent. *Entrepreneurship Research Journal*, 3(2), 171-206. <https://doi.org/10.1515/erj-2012-0005>