

LES DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE CHEZ LES JEUNES ETUDIANTES DE L'INSTITUT SUPERIEUR DE COMMERCE DE MATADI

THE DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG
YOUNG STUDENTS AT THE HIGHER INSTITUTE OF COMMERCE OF
MATADI.

Auteur 1: NDONGALA MATOMINA Adèle

NDONGALA MATOMINA Adèle (Licenciée en Sciences Economiques et de Gestion à l'Université Kongo.)
Institut Supérieur de Commerce de Matadi/Management Appliqué/RD Congo
Apprenant au troisième cycle à l'Université Kongo

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : NDONGALA MATOMINA .A (2025). « LES DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE CHEZ LES JEUNES ETUDIANTES DE L'INSTITUT SUPERIEUR DE COMMERCE DE MATADI », African Scientific Journal « Volume 03, Num 32 » pp: 1626 – 1647.



DOI : 10.5281/zenodo.17628605
Copyright © 2025 – ASJ



Résumé

Cette étude analyse les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiantes finalistes de l'Institut Supérieur de Commerce (ISC) de Matadi, en République Démocratique du Congo. Dans un contexte marqué par un taux élevé de chômage des jeunes, notamment des femmes, l'entrepreneuriat apparaît comme une alternative stratégique d'autonomisation et de développement socio-économique.

La recherche repose sur un échantillon de 334 étudiantes issues de différentes filières, interrogées au moyen d'un questionnaire structuré. L'approche méthodologique combine les méthodes descriptive, explicative et statistique, avec un traitement économétrique (modèle Probit).

Les résultats révèlent que 96,1 % des étudiantes expriment l'intention de créer une entreprise après leurs études, principalement dans le commerce et les services. Les facteurs les plus déterminants sont la filière de formation, l'existence d'un modèle entrepreneurial dans la famille, les compétences en management et en entrepreneuriat, ainsi que l'engagement personnel et la détermination. En revanche, l'âge, le soutien familial, la tradition des affaires et le financement apparaissent comme des variables peu influentes.

Ces résultats confirment la pertinence de renforcer la formation entrepreneuriale dans toutes les filières, de développer l'accompagnement institutionnel et de valoriser les compétences techniques et managériales. L'étude conclut que la concrétisation de l'intention entrepreneuriale des étudiantes de Matadi dépendra largement de la mise en place d'un environnement favorable, combinant éducation, accompagnement et innovation.

Mots-clés : Entrepreneuriat, Entrepreneuriat des jeunes, Intention Entrepreneuriale

Abstract

This study analyzes the determinants of the entrepreneurial intention of finalist students from the Higher Institute of Commerce (ISC) of Matadi, in the Democratic Republic of Congo. In a context marked by a high rate of youth unemployment, particularly among women, entrepreneurship appears to be a strategic alternative for empowerment and socio-economic development. The research is based on a sample of 334 students from different majors, interviewed using a structured questionnaire. The methodological approach combines descriptive, explanatory and statistical methods, with econometric treatment (Probit model). The results reveal that 96.1% of female students express the intention of creating a business after their studies, mainly in commerce and services. The most determining factors are the training sector, the existence of an entrepreneurial model in the family, management and entrepreneurship skills, as well as personal commitment and determination. On the other hand, age, family support, business tradition and financing appear to have little influence. These results confirm the relevance of strengthening entrepreneurial training in all sectors, developing institutional support and promoting technical and managerial skills. The study concludes that the realization of the entrepreneurial intention of Matadi students will largely depend on the establishment of a favorable environment, combining education, support and innovation.

Keywords: Entrepreneurship, Youth Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention

1. INTRODUCTION

1. Contexte de l'étude

L'entrepreneuriat est généralement défini comme l'ensemble des activités liées à la création et au développement d'une entreprise. Dans de nombreux pays, la dynamique entrepreneuriale a joué un rôle déterminant dans la croissance économique, soutenue par une expansion significative des formations en entrepreneuriat.

En Afrique cependant, une proportion importante de jeunes et d'adultes demeure sans emploi en raison de la difficulté d'accès au marché du travail. Cette population, encore sous-utilisée, représente un dividende démographique majeur que les sociétés africaines devraient valoriser au profit du développement. Selon Dzaka Kikouta et Mabenge, les jeunes constituent la plus grande part de la population en Afrique subsaharienne, et donc un potentiel considérable pour la croissance. Mesurer l'intention c'est étudier les facteurs déterminants qui influencent l'acte entrepreneurial d'une population très spécifiques, les jeunes étudiants, que chaque pays s'appuie pour son développement, les entrepreneurs de demain (Jabbour, 2023).

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est devenu un phénomène économique et social important, un sujet de recherche ainsi qu'un domaine d'éducation et d'enseignement (Mustapha, 2016). En effet le nombre d'écoles et d'universités qui proposent des programmes et des cours en entrepreneuriat est en croissance continue. Bien que l'entrepreneuriat ne soit pas un concept nouveau, il a regagné de l'importance notamment au niveau de la recherche scientifique au cours des deux dernières décennies. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est considéré comme un levier important pour faire face à un nouveau contexte concurrentiel.

L'entrepreneuriat est considéré également comme un vecteur d'innovation et d'efficacité économique mais également comme un puissant créateur d'emplois. Parallèlement à l'évolution du champ de l'entrepreneuriat, on constate un intérêt croissant pour le développement de programmes de formation pour encourager et favoriser l'entrepreneuriat. Le défi reste de trouver un consensus autour du contenu à enseigner ainsi que du type d'apprentissage permettant d'orienter le comportement des étudiants. Plusieurs études empiriques indiquent que l'éducation peut favoriser l'entrepreneuriat (Karimi et al., 2012). Pourtant, l'impact des programmes de formation à l'entrepreneuriat sur les compétences entrepreneuriales et sur les valeurs entrepreneuriales reste largement inexploré (Sánchez, 2010).

Cependant, encourager la création des Petites et Moyennes Entreprises (PME) est devenu la voie stratégique et prometteuse pour doper de manière permanente le tissu entrepreneurial des

pays (Luu, T.D., 2023). Il en est de même de la République Démocratique du Congo (RDC) qui a créé un portefeuille ministériel dédié à l'Entrepreneuriat et aux PME (Kadima, 2025). Plusieurs politiques d'accompagnement et d'appui à la création d'entreprises y sont conçues et mises en oeuvre en faveur des jeunes et des femmes.

La création d'entreprise aujourd'hui est une branche, dont les étapes et les fondements peuvent être enseignés et être automatiquement pratiqués (Boudia, 2017). De nombreux jeunes diplômés africains se tournent vers la création d'entreprise pour échapper au manque d'opportunités d'emploi à saisir (Donanfra, 2020). L'entrepreneuriat est considéré, dans une partie de la littérature, comme un exemple typique de comportement intentionnel. L'intention entrepreneuriale est définie comme la détermination à créer (ou reprendre) une entreprise.

L'intention d'entreprendre est un concept central dans le processus de création d'entreprise. C'est une étape qui précède l'action, poursuivie par la décision et l'action, est déclenchée par plusieurs facteurs d'ordres psychologiques et environnementaux (Randa, 2024). En outre, l'intention est un moment fort du processus entrepreneurial dans la mesure où elle est considérée comme le déterminant immédiat de l'engagement d'un individu dans la création d'entreprise (Tounes, 2003).

En somme, l'intention entrepreneuriale est une étape intermédiaire sur le chemin de l'aventure entrepreneuriale, Seuls les individus ayant une forte intention d'entreprendre et influencés par des facteurs psychologiques et environnementaux qui s'engageront dans la création effective d'une entreprise.

La création d'une entreprise, toutefois, n'est pas un fruit du hasard. Elle repose d'abord sur une intention entrepreneuriale, c'est-à-dire la volonté explicite de se lancer dans un projet d'affaires. Cette intention doit se former progressivement, notamment au cours du parcours académique, et se concrétiser par la suite. L'étude de cette intention est essentielle, car elle constitue le premier déclencheur du processus entrepreneurial. A ce titre, l'intention ou la volonté reste premier stimulant nécessaire pour créer une organisation. Elle reflète l'objectif ou les objectifs du créateur et se traduit par la recherche de l'information utile pour agir (Emin, 2006).

Ainsi, en République Démocratique du Congo, malgré l'importance de la jeunesse, le taux d'engagement entrepreneurial reste faible en raison de divers obstacles : manque de financement, lourdeur administrative, faible accompagnement institutionnel, insuffisance de formation pratique. À Matadi, nombre d'étudiantes finalistes de l'Institut Supérieur de Commerce de Matadi (ISC/Matadi en sigle) se retrouvent sans emploi, contraintes au chômage, au mariage précoce ou à des situations de précarité, et donc incapables de valoriser les compétences acquises.

Dans ce contexte, l'entrepreneuriat apparaît comme une alternative crédible, susceptible de favoriser l'autonomisation des jeunes femmes et leur contribution au développement de la société. Cependant, la concrétisation de cette intention est freinée par des obstacles économiques, sociaux et culturels. Plusieurs auteurs soulignent que l'absence de formation, le manque de soutien institutionnel et la difficulté à mobiliser des financements constituent des freins majeurs.

Pour les jeunes étudiantes de l'ISC/Matadi, l'enjeu réside dans la capacité à transformer leur formation académique en une véritable intention entrepreneuriale. C'est pourquoi cette étude analyse les facteurs psychologiques, sociaux, économiques et académiques susceptibles d'influencer leur décision de créer une entreprise.

Ainsi, le sujet de cette étude porte sur l'analyse des déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les jeunes étudiantes finalistes de l'Institut Supérieur de Commerce de Matadi (ISC/MATADI), dans un contexte marqué par le chômage et la faible insertion professionnelle des diplômées en République Démocratique du Congo.

L'objet de cette étude est de bien saisir dans quelle mesure les facteurs psychologiques, sociaux, économiques et académiques influencent la volonté des étudiantes de se lancer dans une activité entrepreneuriale après leurs études universitaires.

Pour atteindre cet objectif, le présent travail s'articule autour de quatre principales parties :

1. L'introduction qui présente le contexte, la problématique et les hypothèses ;
2. La revue de la littérature qui expose les fondements théoriques et les résultats d'études antérieures ;
3. La méthodologie détaillant l'approche et les outils utilisés ; et enfin
4. Les résultats, la discussion et les recommandations issues de l'analyse de l'analyse.

2. Problématique

L'entrepreneuriat est un facteur névralgique dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. Cet intérêt est, sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc. (Schumpeter, 1935 ; Reynolds et al. 2001 ; Rasmussen et Sorheim, 2006 ; Minniti et Lévesque, 2008). En conséquence de quoi, étudier les intentions entrepreneuriales nous donne une idée des comportements aboutissant à la création d'entreprise.

Pendant ces dernières décennies, plusieurs approches se sont alternées en vue d'expliquer le phénomène entrepreneurial, spécialement à travers l'identification des facteurs prédictifs de

l'acte d'entreprendre (Léna, 2011). Etudier l'intention dans une perspective entrepreneuriale semble une bonne stratégie de recherche pour éviter les pièges de l'anecdote des différentes approches et si l'on désire provenir à un état de lieux sur l'existant en matière d'entrepreneuriat (Léna, 2011). L'intention traduit une véritable motivation à l'action, c'est un indicateur de la volonté à essayer, bon prédicteur du changement du comportement (Kolvereid, 1997; Krueger, Brazeal, 1994; Krueger et al., 2000), d'où l'importance de mesurer l'intention afin d'étudier les facteurs favorisant ou inhibant le potentiel entrepreneurial d'une population très spécifiques que chaque pays s'appuie pour son développements, les étudiantes.

L'entrepreneuriat constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour plusieurs pays. Elle représente un levier de création de richesse et d'emploi (Birch, 2000), mais aussi un facteur d'innovation (Birch, 2000 ; DeWit et de Kok, 2014). Les gouvernements recherchent en permanence des mécanismes afin de promouvoir la dynamique entrepreneuriale (Koe, 2016) et d'identifier les leviers d'incitation à la création d'entreprise. L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial (Sami, 2011). Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

L'étudiante, avant de marquer son intention de créer une entreprise, est avant tout l'image d'une réalité sociale, économique et politique ; la famille étant la première expérience sociale de l'étudiant. Elle détermine ses comportements et lui transmet les valeurs qu'on voudrait qu'il partage. L'entrepreneur est loin d'être quelqu'un qui avance seul et qui ne compte que sur ses propres moyens pour mener son projet. Dans ce sens (Berglann et al, 2010), (Krueger et Casrud, 1993) soutiennent que l'entourage du porteur de projet doit lui être favorable. Cet entourage doit posséder les capacités ou ressources nécessaires pour l'aboutissement du projet. Selon (Granovetter, 1995), le comportement humain ne peut être expliqué en faisant seulement référence aux motifs individuels ; il est modelé et contraint par la structure des relations sociales dans lesquelles tout acteur est inscrit. La focalisation sur un entrepreneur isolé conduit à négliger la réalité de création d'entreprise qui correspond souvent à une démarche collective. Pour (Dubini et Aldrich, 1991), la création d'une entreprise est une activité fondamentalement relationnelle. La famille apporte, en plus de son soutien moral, le réconfort affectif, alors que les amis, ayant une expérience dans le domaine, prodiguent des conseils, des encouragements et ravivent l'enthousiasme de l'entrepreneur.

L'intention entrepreneuriale, souvent considérée comme le prélude à l'action entrepreneuriale effective, a suscité un intérêt croissant dans le domaine de l'entrepreneuriat et des sciences sociales (Boussoura, 2024). L'émergence d'une nouvelle entreprise repose souvent sur la volonté et la détermination d'individus à entreprendre des actions concrètes pour donner vie à leurs idées. Dans ce contexte, l'intention entrepreneuriale devient (Moreau et al, 2006) un indicateur clé pour comprendre le processus de création d'entreprise et les facteurs qui le soutiennent (Moreau et Raveleau, 2006 ; Wahidi, 2017).

En République Démocratique du Congo, l'emploi des jeunes constitue un défi majeur, en particulier dans la province du Kongo Central. Le marché du travail y est extrêmement restreint : il offre moins d'un dixième des postes demandés, malgré des milliers de candidatures, en particulier de jeunes diplômés. Plus de 70 % des jeunes n'ont jamais accédé à un emploi formel, même après avoir réussi des concours organisés par des agences de recrutement. Les jeunes femmes sont particulièrement touchées, victimes de multiples formes de marginalisation.

Dans ce contexte, Basso souligne que l'entrepreneuriat des jeunes représente un enjeu stratégique pour le développement économique du continent. En Afrique, et plus spécifiquement dans les pays membres de l'OHADA, les jeunes sont les plus exposés au chômage et devraient être davantage impliqués dans les activités entrepreneuriales.

3. Objectifs et hypothèses de la recherche

Cette recherche vise à analyser les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les jeunes étudiantes finalistes de l'Institut Supérieur de Commerce de Matadi (ISC/Matadi). Le choix de ce sujet se justifie par l'absence de travaux spécifiques sur cette population, mais aussi par l'hypothèse que l'intention entrepreneuriale féminine pourrait suivre une logique différente de celle observée chez les hommes. Cette recherche s'appuie sur les hypothèses suivantes : - L'attitude envers l'entrepreneuriat a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiantes ; - La propension à la prise de risque influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiantes de l'ISC Matadi ; - Les encouragements de l'entourage ont un impact positif, mais moins significatif, sur l'intention entrepreneuriale ; - Les compétences acquises grâce à l'enseignement de l'entrepreneuriat exercent un impact positif sur l'intention entrepreneuriale.

4. Développement articulé et revue de la littérature

Cette partie présente les concepts clés de l'étude : l'entrepreneuriat, l'entrepreneuriat des jeunes et l'intention entrepreneuriale.

4.1. L'entrepreneuriat

Le concept d'entrepreneuriat n'a pas de définition universellement admise, en raison de l'hétérogénéité des approches. Pour Gibb et Cotton (2002), il n'existe pas de consensus entre universitaires et praticiens. Davidson (1995) identifie toutefois un point commun : l'entrepreneuriat est un processus d'émergence.

Au regard de l'hétérogénéité des situations qu'il explique, il est difficile de retenir une seule définition concernant le concept d'entrepreneuriat. Il est plutôt possible d'indiquer les grandes approches conceptuelles pour mieux cerner ce phénomène dans sa globalité.

Selon Père Davidson (1995), le point commun de tous les chercheurs concerne le processus d'émergence. A ce sujet, l'entrepreneuriat est considéré par un nombre d'auteurs comme un processus.

Fillion (2002), Gartner (1989) et Timmons (1989) considèrent l'entrepreneuriat comme un processus d'organisation conduisant à la création et au développement d'une entreprise. Schumpeter (1935, cité par Bruyat, 1993) définit l'entrepreneur comme « celui qui introduit et conduit l'innovation », en combinant les facteurs de production pour stimuler le changement économique.

Pour Hernandez (1999), la démarche entrepreneuriale recouvre plusieurs réalités : création, franchise, essaimage et reprise d'entreprise. Dans le cadre de la présente recherche, nous retenons la définition de Tounès (2003), pour qui l'entrepreneuriat est un processus dynamique et complexe, influencé par des facteurs psychologiques et sociaux, et se traduisant par des attitudes, perceptions, intentions et comportements.

L'entrepreneuriat aborde trois types de questions autour de l'esprit d'entreprise, création d'entreprise et entrepreneur. L'entrepreneuriat : un moteur dynamique économique : la création d'entreprise renouvelle le système économique dont l'entrepreneur est nécessaire. Schumpeter met en évidence la notion de destruction-créatrice.

En somme, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat est une appropriation et une gestion des ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus en améliorant les conditions de vie de son créateur.

4.2. L'entrepreneuriat des jeunes

L'entrepreneuriat des jeunes est le développement des attitudes, compétences et opportunités entrepreneuriales dès le secondaire jusqu'à l'âge adulte.

Cette étude considère l'entrepreneuriat des jeunes comme un levier d'autonomisation, permettant aux étudiantes de mobiliser leurs compétences, d'identifier des solutions et de contribuer au développement socio-économique.

Dans une étude menée par l'équipe de recherche de l'OFE/UK/MB Ng, membres de l'espace OHADA ; le Prof. Théophile DJAKA KIKOUTA et allié démontrent que dans les deux Congo, à cause des multiples obstacles qui se présentent dans le processus de création d'entreprises, toute initiative des jeunes correspond à un entrepreneuriat de nécessité qu'à celui de croissance. Cette situation malheureusement déplorable, constituant un handicap majeur dans la création de la nouvelle richesse.

4.3. L'intention entrepreneuriale

4.3.1. Cadre théorique récapitulatif

L'intention entrepreneuriale est la volonté consciente de créer une entreprise. Elle constitue l'antécédent direct du comportement entrepreneurial (Krueger et Carsrud, 1993). Pour Ajzen (1991), elle dépend de trois facteurs clés qui sont notamment : les attitudes envers le comportement entrepreneurial ; les normes subjectives (influence de l'entourage) et le contrôle comportemental perçu (faisabilité).

Selon Kolvereid (1996), ces variables influencent différemment l'intention de créer une entreprise. Krueger et al. (2000) confirment la pertinence du modèle d'Ajzen, en soulignant que la faisabilité perçue joue un rôle plus déterminant que les simples attitudes.

D'autres études (Kennedy et al., 2003 ; Emin, 2003) démontrent que le modèle de l'action planifiée permet de prédire efficacement les intentions entrepreneuriales en contexte académique. Toutefois, certains travaux (Boudabbous, 2010) montrent que l'influence des condisciples est souvent plus significative que celle du contrôle perçu.

Ces travaux classiques qui fondent l'étude de l'intention entrepreneuriale restent pertinents et constituent les cadres théoriques généralement mobilisés pour expliquer l'intention entrepreneuriale. Ces modèles ont été largement validés dans des contextes académiques et permettent d'articuler les déterminants psychologiques, sociaux et contextuels de l'intention.

4.3.2. Facteurs récurrents identifiés par les revues récentes

Les synthèses et revues récentes confirment que plusieurs groupes de facteurs expliquent de manière plus accentuée l'intention entrepreneuriale des étudiants :

- L'éducation et la formation entrepreneuriale agissent souvent indirectement via l'auto-efficacité entrepreneuriale et les compétences perçues : des récentes études montrent qu'un enseignement expérientiel renforce la faisabilité perçue et la probabilité de passage à l'action.

- Les compétences entrepreneuriales et la self-efficacy sont des médiateurs fréquents qui augmentent l'intention entrepreneuriale des jeunes.
- Les normes sociales et le modèle familial (présence d'un entrepreneur dans l'entourage) affectent la désirabilité mais leur effet varie selon le contexte culturel et genré
- Les contraintes économiques (accès au financement, contrôles des actifs par les femmes, etc) limitent la conversion de l'intention en acte ; particulièrement pour les femmes des pays à faibles revenus.

4.3.3. Preuves récentes en contexte africain et en RDC

Les études menées ces dernières années dans plusieurs pays africains affirment des résultats convergents mais nuancés selon les milieux. Plusieurs travaux ont montré que les étudiants présentent de manière générale une intention élevée, mais sont souvent butés à des barrières spécifiques qui réduisent la probabilité de création effective d'entreprise.

Pour la République Démocratique du Congo, les récentes recherches démontrent l'importance de l'agro- entrepreneuriat comme une source d'opportunité ; elles montrent également que l'intention peut être élevée lorsque l'étudiant évolue dans un environnement favorable. Certains rapports de la Banque Mondiale sur la RDC, montrent que les femmes entrepreneurs disposent souvent de moins d'actifs que les hommes, limitant ainsi leur accès aux financements, ce qui constituent une barrière importante à la réalisation des intentions entrepreneuriales.

4.3.4. Implication pour la présente étude

Pour cette recherche, nous adoptons le modèle de Shapero et Sokol (1982), repris par Krueger et Tounès (2006), qui met en avant deux composantes : la désirabilité et la faisabilité de l'acte entrepreneurial. Ce modèle est adapté aux populations étudiantes et permet d'évaluer les déterminants de l'intention entrepreneuriale. A la lumière des épreuves récentes, la présente recherche sur les étudiantes de l'ISC/Matadi apporte une contribution utile en combinant : (1) l'analyse des déterminants psychologique (compétences, auto-efficacité) ; (2) l'examen des facteurs sociologiques (model familial, normes) ; et (3) l'exploration des contraintes économiques locales (accès au financement) .

Les hypothèses de la recherche ont été construites à partir des principaux modèles théoriques évoqués ci- dessus, notamment la théorie du comportement planifié d' Ajzen (1991) et le modèle de Shapero et Sokol (1982). Ces modèles ont permis de définir les variables explicatives telles que les attitudes envers l'entrepreneuriat, la propension à la prise de risque, l'influence de l'entourage et les compétences acquises par la formation.

Les items du questionnaire ont été élaborés en se référant à ces travaux ainsi qu'à ceux de Krueger et Carsud (1993), Kolvered (1996) et Tounes (2003), afin d'assurer une cohérence entre la littérature théorique et les données empiriques.

5. Méthodologie

5.1. Approche méthodologique

Le choix de cette approche méthodologique repose sur un positionnement épistémologique de type positiviste, privilégiant l'observation empirique et la vérification d'hypothèses à partir de données quantitatives. Ce positionnement est cohérent avec l'objectif d'identifier et de mesurer les variables susceptibles d'expliquer l'intention entrepreneuriale.

Le mode de raisonnement adopté est déductif, dans la mesure où les hypothèses de recherche sont formulées à partir des théories existantes sur l'intention entrepreneuriale (modèles d'Ajzen, Shapero et Krueger) avant d'être testées empiriquement sur le terrain. Ce choix méthodologique se justifie également par la volonté de conférer à la recherche un caractère rigoureux, mesurable et reproductible, tout en intégrant les spécificités contextuelles du milieu étudié. Ainsi, la revue de littérature constitue la base de la conceptualisation du modèle d'analyse et du choix des indicateurs mesurés auprès des étudiants de l'ISC/Matadi.

La rigueur scientifique de cette étude repose sur l'utilisation combinée de plusieurs méthodes :

- Méthode descriptive, pour présenter les caractéristiques des étudiantes enquêtées ;
- Méthode explicative, pour analyser les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale
- Méthode statistique, pour quantifier les résultats et tester les hypothèses au moyen d'un modèle économétrique (Probit).

Deux techniques de collecte des données ont été mobilisées à savoir :

- La recherche documentaire, pour exploiter les données existantes dans la littérature, et
- L'enquête par questionnaire, administrée directement aux étudiantes finalistes de l'ISC Matadi.

5.2. Population et échantillon

L'étude a ciblé toutes les étudiantes finalistes de l'Institut Supérieur de Commerce (ISC) de Matadi. L'échantillon de cette étude est composé de 334 étudiantes finalistes du graduat et de la licence de toutes les filières organisées au sein de l'Institut Supérieur de Commerce de Matadi réparties par filière comme suit : Entrepreneuriat : 16 ; Gestion des ressources humaines : 39 Sciences commerciales : 102, Informatique de gestion : 73, Informatique de gestion : 73, Informatique de gestion : 73, Douane : 55, Hôtellerie : 18, Secrétariat : 31

Cette enquête a été menée durant deux semaines en mars 2023.

Les données ont été collectées sur deux semaines (du 15 au 30 mars 2023) et a été rendue possible grâce à un questionnaire qui a été administré en mode direct, c'est-à-dire en échangeant directement avec les enquêtés. Les questionnaires a comporté des questions fermées qui consistaient à ce que l'enquêté réponde en choisissant une des réponses proposée dans le questionnaire. Ce questionnaire comprenait des questions liées aux facteurs psychologiques des enquêtés, aux variables sociologiques et économiques ainsi qu'à certaines caractéristiques du système éducatif.

L'objectif de l'étude était d'enquêter toutes les finalistes de l'ISC/MATADI pour l'année sous étude. La taille de l'échantillon retenu est justifiée par la disponibilité des enquêtés à répondre à ce questionnaire étant donné que cela exigeait une récupération immédiate après l'échange. Sur un total de 568 étudiantes finalistes, seules 334 ont été investigués.

Ainsi, la méthode d'échantillonnage utilisé étant empirique et non probabiliste, les résultats doivent donc être interprétés avec prudence. Pour bien cerner les facteurs qui déterminent l'intention entrepreneuriale de ces finalistes, Les entretiens avec les étudiantes ont porté sur le profil de l'enquêté, l'intention entrepreneuriale, les facteurs déclencheurs de l'intention.

5.3. Méthode d'analyse

Pour analyser les données collectées, nous avons utilisé principalement deux méthodes à savoir : la statistique descriptive et l'analyse économétrique. En effet, d'une part la statistique descriptive nous a servi dans la présentation des résultats au moyen des tableaux et de les interpréter grâce aux fréquences calculées. D'autres part, nous avons estimé un modèle économétrique logistique pour analyser les déterminants de l'intention entrepreneuriale auprès des étudiants finalistes de deux cycles de l'enseignement supérieur au sein de l'isc Matadi.

Ce modèle se présente comme suit (voir Bourbonnais, 2009) :

Pour ($Y = 1/X_1 ; X_2 ; \dots ; X_n$) = $F(b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$)

Où les X_i sont les variables explicatives et les b_i sont les paramètres à estimer.

La variable dépendante de ce modèle est la probabilité liée à l'intention de se lancer en affaires. Ainsi, la variable Y est égale à 1 si l'individu a l'intention de se lancer en affaires au cours de trois prochaines années et 0 si non.

Le modèle comprend trois types des variables indépendantes (X_i) à savoir les variables psychologiques (âge, filière d'études, compétences managériales, compétences entrepreneuriales, savoir technique, engagement et détermination), les variables sociologiques (éducation, soutien familial, modèle entrepreneurial, culture nationale) et les variables économiques (accès au crédit, dispositif d'aide à l'entrepreneuriat, formalités administratives,

accès au marché). Ces différentes variables nous ont permis de retenir une fonction de probabilité logistique.

6. Résultats et Discussion

Nos résultats seront présentés en trois étapes : primo, le profil des étudiantes enquêtées ; ensuite les résultats de l'enquête sur le rôle éducatif dans la formation entrepreneuriale et enfin l'examen sur les déterminants de l'intention des jeunes étudiantes à se lancer dans les affaires après leurs études à l'ISC Matadi.

6.1. Profil des étudiantes enquêtées

L'enquête a porté sur 334 étudiantes dont l'âge moyenne est de 23 ans, se trouvant dans les deux niveaux d'études dont 293 (87 %) sont en graduat et 42 (12,6 %) sont en licences. Issu des filières de formation différentes 30,5%, des répondants suivent la formation en sciences commerciales 21,9% en informatique, 16,5% sont en Douane, 11,7% en Ressources humaines, 9,3% en secrétariat de direction, 5,4% en hôtellerie et seulement 4,8% en entrepreneuriat.

Tableau n°1 : Profil des étudiantes finalistes de l'ISC/Matadi

		Effectif	%
Niveau d'étude	Troisième graduat	285	85,3
	Deuxième Licence	7	2,1
Filière d'études	Entrepreneuriat	16	4,8%
	Ressources humaines	39	11,7%
	Sciences commerciales	102	30,5%
	Informatique	73	21,9%
	Douane	55	16,5%
	Hôtellerie	18	5,4%
	Secrétariat	31	9,3%
Entrepreneur dans la famille	oui	190	56,9%
	non	144	43,1%
modèle entrepreneurial	oui	190	56,9
	Non	144	43,1
Cours d'entrepreneuriat	Oui	292	87,4
	Non	42	12,6

Source : Notre enquête/ ISC-Matadi

Les données de l'enquête indiquent aussi que plus de 80% d'étudiantes enquêtées ont suivi un cours ou un séminaire d'entrepreneuriat contre une dizaine de ceux qui ne l'ont pas suivi. En fin plus de huit finalistes sur dix déclarent avoir un modèle d'entrepreneur dans la famille ou dans l'entourage immédiat.

6.2. Intention et temps de se lancer en affaires

Neuf répondant sur dix ont manifesté le désir d'entreprendre à la fin de leurs études universitaires. Parmi eux, plus de la moitié des répondants ayant l'intention, d'entreprendre

souhaitent passer à l'action dans moins de trois ans entre un et deux ans et 45,2 % comptent le faire à partie de la quatrième année.

Tableau n°2 : Intention et temps de se lancer en affaires

		Effectif	%
Intention	Oui	321	96,1
	Non	13	3,9
Temps perçu pour se lancer en affaires	Moins de trois ans	170	50.9
	Plus de trois ans	151	45.2
Secteur d' activité	Agriculture et élevage	18	5,4
	Artisanat et industrie	11	3,3
	Commerce de détail	175	52,4
	Service à la personne	89	26,6
	Service aux entreprises	26	7,8
	Autres	2	0,6

Source : Notre enquête/ ISC-Matadi

Cette étude a révélé une forte intention entrepreneuriale des étudiantes de l'ISC Matadi à se lancer en affaires (96,1%), malgré que le passage à l'acte ne pourra se réaliser qu'après trois ans de leur fin d'étude. Les résultats de cette enquête confirment le constat mis en exergue par Dzaka et Mabenge (2018, pp.111-112) sur l'existence d'une dynamique entrepreneuriale des jeunes africains. Selon les auteurs précités 72% des jeunes se lancent en entrepreneuriat et plus de 70% de la population en âge de travailler estiment que l'entrepreneuriat serait la meilleure alternative pour garantir sa carrière. Il est important de préciser que l'intention entrepreneuriale ne se traduit pas nécessairement par l'acte de création d'entreprise, car les études ont montré que dans la plupart des cas moins de 10% seulement des personnes ayant manifesté l'intention de créer une entreprise passent à l'acte en créant réellement leur entreprise (voir Tournés, 2006, p.63). En dépit de leur volonté de commencer une activité, les jeunes étudiantes visitées ont une faible expérience professionnelle et ne peuvent s'orienter que vers des activités faiblement créatrices de valeur et qui n'exigent pas assez de moyens financiers comme capital de départ. Le commerce de détail (52,4 %), le service à la personne (26,6%), le service aux entreprises et à la communauté (7,8%), l'agriculture et l'élevage (5,4%) sont les secteurs les plus privilégiés par ces aspirantes entrepreneures car il s'agit des activités à rentabilité immédiate.

Toutefois, il faut préciser ici que d'autres travaux (Dzaka et Mabenge 2018, BAD-OCDE-PNUD, 2017) confirment que quelques jeunes entrepreneurs s'Afrique centrale se sont récemment lancés dans des activités à forte valeur telle que l'économie numérique qui émerge dans ces pays .

6.3. Déterminants de l'intention d'entreprendre

Le tableau suivant présente les résultats de l'estimation sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes étudiantes de l'ISC Matadi.

Les résultats de cette étude prouvent que les variables qui influencent plus l'intention entrepreneuriale des étudiantes sont plus psychologiques et sociologiques, les variables économiques n'ayant pas assez d'impact sur la décision des jeunes étudiantes à se lancer en affaires. En effet, le choix des filières, le modèle d'entrepreneur en famille ainsi que les compétences entrepreneuriales sont les principaux déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes étudiantes sous étude. En effet, le modèle d'entrepreneur en famille ainsi que la filière d'étude choisi sont deux variables qui influencent positivement les attitudes des étudiantes vis-à-vis de l'entrepreneuriat et qui ont un impact positif sur la désirabilité et l'intention entrepreneuriale des étudiantes.

Le deuxième facteur qui influence positivement l'intention entrepreneuriale concernent les compétences entrepreneuriales. En effet, celles-ci affectent positivement les perceptions des étudiantes sur le contrôle comportemental ce qui pousse les étudiantes à augmenter leur perception vis-à-vis de la faisabilité du projet.

Ce résultat est très important dans la mesure où il met en exergue l'importance de la formation entrepreneuriale comme facteur qui accroît l'intention d'entreprendre auprès des étudiantes. Toutefois, il est important que ces cours d'entrepreneuriat ne se limitent pas seulement à la sensibilisation, mais plutôt ils doivent permettre à les accompagner dans la réalisation concrète de leur projet en vue d'augmenter leurs perceptions sur la faisabilité et le contrôle de leur projet d'entreprise.

Tableau n°3 : Résultats des estimations du modèle Probit (variable dépendante : intention d'entreprendre dans moins de trois ans)

Variable	Equation1	Equation2
Constante	-0.729 (0.785)	-0.474 (0.762)
Age	0.001 (0.023)	0,000 (0.023)
Etude	0.325 (0.264)	0.280 (0.272)
Filière	0.169*** (0.057)	0.153** (0,069)
Modèle	-0.486*** (0.148)	-0.452*** (0.160)
Financement	-0.080 (0.066)	-0.086 (0.068)

Compétences1	0.029 (0.057)	0.005 (0.061)
Compétences2	0.157** (0.065)	0.149** (0.070)
Savoir	-0.050 (0.048)	-0.047 (0.053)
Engagement	-0.041 (0.068)	-0.035 (0.070)
Famille	0.041 (0.066)	0.069 (0.069)
Tradition	-0.044 (0.076)	-0.040 (0.077)
Cours	0.199 (0.257)	
Cours1		0.047 (0.071)

Source : Notre enquête/ ISC-Matadi

De manière générale, les estimations du modèle sont bonnes dans la mesure où la majorité des coefficients sont significatives. Néanmoins, les autres variables n'influencent en rien l'intention de créer une entreprise.

Il ressort de la lecture de ces résultats que les variables économiques n'ont pas une influence remarquable sur l'intention d'entreprendre des jeunes étudiantes. Les attitudes à l'égard de la création d'entreprise ne dépendent pas aussi de l'aide familiale, de la tradition ni même de la présence d'un entrepreneur dans la famille tout comme les cours suivis ne semblent pas avoir un impact dans la décision d'entreprendre. Les résultats montrent que l'intention entrepreneuriale des étudiantes de l'ISC Matadi est largement répandue. La quasi-unanimité en faveur de la création d'entreprise traduit la conscience du chômage élevé et la perception de l'entrepreneuriat comme voie de sortie.

Ces résultats confirment les travaux de Kolvereid (1996) et de Krueger et al. (2000), qui soulignent que la faisabilité perçue influence plus fortement l'intention que les simples attitudes comportementales. En effet, les étudiantes attribuent une importance particulière aux compétences techniques et managériales, ainsi qu'à leur propre engagement, plus qu'au soutien financier ou familial.

Contrairement à certaines études (Boudabbous, 2010), le rôle des condisciples ou de la tradition familiale d'affaires n'apparaît pas significatif dans ce contexte. Cela suggère que les étudiantes de Matadi privilégient une logique d'auto-prise en charge, plutôt que la reproduction de modèles hérités.

L'enseignement en entrepreneuriat, bien qu'encore limité à certaines filières, joue un rôle majeur. Plus de 80 % des étudiantes déclarent que le cours suivi a renforcé leur intention entrepreneuriale, confirmant ainsi la pertinence d'intégrer davantage cette formation dans le cursus académique.

7. Conclusion et recommandations

Cette recherche avait pour objectif d'analyser les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiantes finalistes de l'Institut Supérieur de Commerce de Matadi. L'enquête a porté sur 334 étudiantes issu des filières de formation différentes dont l'âge moyenne est de 23 ans, se trouvant dans les deux niveaux d'études dont 293 (87 %) sont en graduat et 42 (12,6 %) sont en licences.

Les résultats montrent que l'intention de créer une entreprise est largement partagée par les étudiantes, indépendamment des obstacles financiers ou administratifs. Ce qui confirme également les résultats de l'étude menée par l'équipe de recherche de l'OFE/UK/MB Ng, membres de l'espace OHADA démontrant qu'en dépit des multiples obstacles qui se présentent dans le processus de création d'entreprises, toute initiative entrepreneuriale des jeunes dans les deux Congo, correspond à un entrepreneuriat de nécessité.

Les principaux facteurs favorisant cette intention sont : la filière de formation suivie, la présence d'un modèle entrepreneurial dans la famille, les compétences en management et en entrepreneuriat, l'engagement personnel et la détermination.

En revanche, des variables telles que l'âge, la tradition familiale d'affaires, le soutien familial ou encore l'accès au financement apparaissent moins déterminantes.

A l'instar des résultats trouvés, cette étude formule les recommandations suivantes :

1. Renforcer la formation entrepreneuriale : généraliser l'enseignement de l'entrepreneuriat dans toutes les filières de l'Institut Supérieur de Commerce de Matadi en privilégiant des approches pratiques (travaux en équipe, témoignages, projets réels).
 2. Développer l'accompagnement institutionnel : mettre en place des dispositifs d'incubation et de suivi des projets étudiants afin de transformer l'intention en création effective d'entreprises.
 3. Valoriser les compétences managériales et techniques : renforcer l'intégration des cours de gestion et de savoir-faire technique dans le programme académique.
 4. Encourager l'auto-prise en charge par la promotion des initiatives étudiantes axées sur l'innovation et la créativité, plutôt que sur la dépendance à l'aide familiale ou institutionnelle.
- En définitive, l'entrepreneuriat des jeunes étudiantes de Matadi apparaît comme une opportunité stratégique pour lutter contre le chômage et favoriser le développement économique local.

Toutefois, la concrétisation de cette intention dépendra de la capacité des institutions académiques et publiques à fournir un environnement favorable.

Références bibliographiques

1. Ajzen I. (1991)., *The theory of planned behavior*, Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol.50 pp. 179-211.
2. **Berglann H., Moen E.R., Roed K., Skogstron J.F. (2010).**, “*Entrepreneurship: Origins and returns*”, **Labour Economics, Labeco-01025; No of Pages 14.**
3. Birch, D.L. (2000)., *The Job Generation Process*, US Department of Commerce, MIT Programme on Neighbourhood and Regional Change (1979). Dans : Storey, D.J., Ed., *Small Business: Critical Perspectives on Business and Management*, Routledge, Abingdon-on- Thames, 431-465.
4. Boudia Mohammed Fouzi. (2017)., *Les facteurs susceptibles d’influencer l’intention entrepreneuriale*, Revue les Cahiers du MECAS n°15 Décembre 2017, pp.82-96.
5. Bouarir H, Diani A, Boubker O, et Rharzouz J.(2003) . Key determinants of women’s entrepreneurial intention and behavior. *Administrative Sciences*, 13(2) ,33. <https://doi.org/10.3390/admsci13020033>
6. Boussoura, Ezzeddine et Drine, Rhouma. (2024)., *Les déterminants de l’intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens : développement d’un cadre d’analyse*, XXXIIIème conférence de l’Association Internationale du Management Stratégique, Montréal, 3-6 juin 2024, p.2
7. BruyatC. (1993)., « *Création d’entreprise : contribution épistémologiques modélisation* », Thèse de doctorat ès sciences de gestion, université de Grenoble II, ESA.
8. Chikh-Amnache S . & Mekhzoumi L .(2023) . The Impact of Female Entrepreneurship on Economic Growth in the ASEAN Countries ; A Panel MM- QR Approach, *Economic and Business*, 37(1) , 37-49. <https://doi.org/10.2478/eb-2023.0003>
9. Davidsson P. (1995)., *Entrepreneurship- And after? A study of growth willingness in small firms*. *Journal of Business Venturing*, Volume 4, Issue 3, May 1989, Pages 211-226.
10. De Wit, G. & de Kok, J. (2014)., *Do Small Businesses Create More Jobs? New Evidence for Europe*, *Small Business Economics*, 42, 283-295.
11. Donanfra Hubert TUO., *Déterminants de l’intention entrepreneuriale des étudiants ivoiriens en période de crise de la Covid-19*, *Revue Ivoirienne de Sciences Economiques et de Gestion (Rev. Iv. Sci. Eco. Gest.)*, Vol 3 ; N° 2 ; pp. 80-95.
12. **Dubini P. et Aldrichl H. (1991).**, “*Personnel and Extended Networks are Central to the Entrepreneurial Process*”, **Journal of Business Venturing, Vol.6, pp. 305-13.**

13. Dzaka-Kikouta Théophile, Kamavuako Diwavova Justin, Bitemo Ndiwulu Xavier, Makiese Ndoma Flavien, Manika Manzongani Jean Papy et Masamba Lulendo Val., *L'entrepreneuriat des jeunes Africains francophones dans la République du Congo et dans la République Démocratique du Congo : Enjeux et perspectives*, p.2, Rapport de projet d'Observatoire de la Francophonie économique de l'Université de Montréal, Mai 2020, p.1-43, <http://ofe.umontreal.ca>.
14. Ebewo , P.E , Schuitz,C, & Mmako, M.M.(2025). Towards inclusive entrepreneurship : Addressing constraining and contributing factors for women entrepreneurs in South Africa . Administrative Sciences, 15(1), 14. <https://doi.org/10.3390/admsci15010014>
15. Emin, S. (2006)., *La création d'entreprise : une perspective attractive pour les chercheurs publics ?* Revue Finance Contrôle Stratégie, Vol. 9, n° 3, 39-65.
16. Fillion L.J., Heures D., Youaleu C. & Bellavance F. (2002)., « *L'entrepreneuriat comme carrière potentielle : comparaison entre des étudiants d'administration et d'ingénierie* », CCSBE/CCPME Halifax, novembre 2002.
17. **Granovetter M. (1995)., *The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs*, in A. Portes (ed.) *the Economic Sociology of immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, New York : Russel Sage Foundation.**
18. Hernandezé M. (1999)., *Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris, éditions L'Harmattan, 1999, p.18.
19. Jabbour Fatima. (2023)., *Les intentions entrepreneuriales des jeunes étudiants au Maroc*, Revue Marocaine de Gestion et d'économie, Vol 7, N° 12, Janvier-Juillet 2023, pp.25-34.
20. Kadima Nshindi Ben, Maurice Malenga-Mbuama et Joel Cibangu-Mulumba. (2025)., *Etude de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Mbujimayi en République Démocratique du Congo*, Vol. 5, n °1, pp. 117-132, 30 avril 2025.
21. Karimi S., Biemans H., Lans T., Mulder M., Chizari M. (2012)., “*The Role of Entrepreneurship Education in Developing Students' Entrepreneurial Intentions*”, Proceedings of WICaNeM 2012, The 10th Wageningen International Conference on Chain and Network Science, Wageningen University, Wageningen, The Netherlands.
22. Koe, W.-L. (2016)., *The Relationship between Individual Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intention*, Journal of Global Entrepreneurship Research, 6 (13).
23. Kolvereid L. (1997)., « *Prediction of Employment Status Choice Intentions* », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1997, vol. 21, n° 1, p. 47-57.

24. Kolvereid L., (1996)., *Prediction of employment status choice intentions*, Entrepreneurship Theory and Practice, 21: 1, 47-57.
25. Krueger L., ReillyD. &CarsrudA.L. (2000)., « *Entrepreneurial intention: a competing models approach* », Journal of Business Venturing, 15(5/6).
26. **Krueger N. et Carsrud A. (1993)., “*Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour*”, Entrepreneurship and Regional Development 5: 315-330.**
27. Krueger N. F. et Brazeal D. V. (1994)., *Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs*, Entrepreneurship Theory and Practice, 18 (1); p. 91-104.
28. Krueger N.F., & CarsrudA.L. (1993)., «*Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior* », Entrepreneurship and Regional Development, vol.5.
29. Léna Saleh. (2011)., *L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban*, Thèse de Doctorat ès Nouveau Régime Sciences de Gestion de l'Université de NANCY 2, Présentée et soutenue le 30 septembre 2011, p.11.
30. Mhlongo,Z., Ntshangase , S.D. , &Ezeuduji,I.O.(2025) Entrepreneurial intention among youths : The role of entrepreneurial education and passion . Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management, 17(1) ,Article a 982. . <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v17i1.982>
31. Minniti M. et Levesque M. (2008)., “*Recent developments in the economics of entrepreneurship*”, *Journal of Business Venturing* 23, 603–612.
32. Moreau, R. & Raveleau B. (2006)., *Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale*. Revue internationale P.M.E. 19 (2), 101-131.
33. Mustapha BACHIRI. (2016)., *Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants, quels enseignements pour l'université marocaine ?* Revue Management et Avenir, n°89, Novembre 2016, pp.109-127.
34. Randa Meghari Eps Benadda. (2024)., *De l'intention entrepreneuriale à l'acte entrepreneurial*, Revue des Sciences Commerciales, Vol. 23, n°02 (2024), pp. 119- 142, ISSN: 1112-3818 /EISSN: 2602-5396
35. Rasmussen E-A. et Sorheim R. (2006)., *Action-based entrepreneurship education*, *Technovation* 26, 185–194.
36. Reynolds P., Camp S.M., Bygrave W.D., Autio E. et Hay M. (2001)., “*Global entrepreneurship monitor: 2001 Executive report*”, Kauffman center for entrepreneurial leadership.
37. Indjendje Ndala P.D., Ndjambou R ., & Leubou J. (2024). Homme et femmes inégaux devant l'entrepreneuriat : clivage de genre dans l'incubation de l'intention

entrepreneuriale, *Revue Organisations et Territoires*, 33 (2), 66- 85. <https://doi.org/10.1522/revueot.v33n2.1799>

38. Sami Boudabbous. (2011)., *L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés*, *Revue Libanaise de Gestion et d'Economie* | No 6, 2011, pp.1-20.
39. Sánchez J.-C. (2010)., “*University training for entrepreneurial competencies : Its impact on intention of venture creation*”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239-254.
40. Schumpeter J. A. (1935)., *Théorie de l'évolution économique. Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Dolloz, 1912 (1ère édition).
41. Shapero A. & Sokol L. (1982)., «*The social dimension of entrepreneurship*», in : *The Encyclopedia of entrepreneurship*, Kent, C.A., D.L. Sexton & K.H. Vesper (Eds.), Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.
42. Tounés (2003)., « *L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE* », Thèse pour le doctorat es Sciences de Gestion, Université de Rouen, décembre, pp. 1-459.
43. Tounés A. (2006)., « *L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français* », *La Revue des Sciences de Gestion*, 3/2006 (n°219), p. 57-65.
44. Wahidi I. (2017)., *L'intention entrepreneuriale des étudiants en pharmacie : une étude exploratoire auprès des étudiants de l'Université Libanaise*, *Marché et organisations*, 1 (28), 193-218.