

Perception de l'entrepreneuriat : le rôle de la famille

Perception of entrepreneurship : the role of the family

Tsoavina RANDRIAMANALINA

Doctorant, 3^{ème} année de thèse à l'école doctorale de l'Université Catholique de Madagascar

(Laboratoire : Centre de recherche pour le développement)

Enseignant chargé de recherche en économie et en entrepreneuriat

(ISCAM Business School, Madagascar)

Chef de département Innovation pédagogique

(ISCAM Business School, Madagascar)

Adresse : ISCAM Business School, Lot IVN 68 A Antananarivo, 101

tsoavina@moov.mg

Date de soumission : 11/07/2020

Date d'acceptation : 18/08/2020

Pour citer cet article :

RANDRIAMANALINA T. (2020) « Perception de l'entrepreneuriat : le rôle de la famille », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 1 : Numéro 3 » pp : 47 - 63

Résumé

La recherche en entrepreneuriat est un domaine en pleine expansion. Elle concerne toute la chaîne de la démarche entrepreneuriale aussi bien de la phase préliminaire que la phase d'action. En ce qui concerne la phase préliminaire, les recherches sont majoritairement orientées sur l'intention entrepreneuriale. L'objectif de cet article est de proposer une nouvelle orientation de la recherche en entrepreneuriat en insistant beaucoup plus sur la phase pré-intentionnelle et post-culture entrepreneuriale : la perception de l'entrepreneuriat. L'intention de la recherche est de connaître le rôle de la famille dans la définition de cette perception. La population étudiée est les jeunes lycéens de la région Analamanga, à Madagascar. Le modèle d'analyse est basé sur la théorie de la perception des élèves de Viau. Elle voudrait comparer le rôle de l'environnement familial, de l'environnement scolaire et éducatif et de l'environnement socioéconomique sur la perception de l'entrepreneuriat. Les résultats ont montré que la famille ne joue pas un rôle majeur dans la définition de la perception entrepreneuriale. Les actions à mettre en place consistent ainsi à encourager tous les acteurs de l'écosystème à mettre en place une stratégie mettant en valeur la famille dans toute réussite entrepreneuriale.

Mots clés :

Perception de l'entrepreneuriat ; rôle de la famille ; environnement familial ; environnement scolaire et éducatif ; environnement socioéconomique

Abstract

Entrepreneurship research is a growing field. It concerns the entire chain of the entrepreneurial process, from the preliminary phase to the action phase. As far as the preliminary phase is concerned, research is mainly oriented towards entrepreneurial intent. This article aims to propose a new direction for entrepreneurship research by placing much more emphasis on the pre-intentional and post-entrepreneurial phase: the perception of entrepreneurship. The intention of the research is to know the role of the family in defining this perception. The population studied is young high school students in the Analamanga region of Madagascar. The analysis model is based on the theory of the perception of Viau students. It would like to compare the role of the family environment, the school and educational environment and the socio-economic environment on the perception of entrepreneurship. The results showed that the family does not play a major role in defining entrepreneurial perception. The actions to be put in place therefore consist of encouraging all the actors in the ecosystem to implement a strategy that values the family in any entrepreneurial success.

Keywords:

Perception of entrepreneurship ; role of family ; family environment ; school and educational environment ; socioeconomic environment

Introduction

L'entrepreneuriat est actuellement considéré comme un facteur incontournable dans toute politique de développement (Guillouzo & Al., 2014). Étant une science relativement récente (Verstraete et Saporta, 2006), l'engouement scientifique y afférent a été constaté surtout au début des années 70 intéressant aussi bien les économistes, les psychologues, les spécialistes du management que d'autres disciplines (Fillon, 2008). En effet, l'histoire économique de l'après-guerre a montré que l'entrepreneuriat est passé, au fil du temps, d'activité marginale et source d'inefficacité économique à activité largement reconnue comme contribuant à la croissance économique (Caves, 1982). Certains auteurs vont assez loin et annoncer clairement que celui-ci est un « antidote à la pauvreté » (Fortin, 2002) et au milieu, se glisse les auteurs intermédiaires qui mettent en relation entrepreneuriat développement socio-économique avec chacun des approches différentes quant à l'analyse de ce rôle de l'entrepreneur : approche psychologique par exemple pour Leibenstein (1987), approche en termes de capital humain pour Elkan (1988) ou Lentz et Laband (1990), approche sociétale pour Coleman (1988) ou Redding (1990) et approche par l'environnement économique pour des auteurs comme Hoffman et Marger (1991) ou Timothy (1989).

La promotion de l'entrepreneuriat est ainsi actuellement une activité très encouragée et cet environnement socioéconomique joue un rôle très important. Inculquer la culture entrepreneuriale (Fortin, 2002) constitue un élément fondamental de cette de promotion de l'entrepreneuriat. Et de nombreux auteurs mettent en exergue le rôle primordial de la famille dans cette activité d'acquisition de la culture entrepreneuriale. (Fayolle et Béguin, 2009 ; Gasse 2009 ; Fillon, 2008 ; ...). Le rôle de la famille est un sujet récurrent dans la recherche en entrepreneuriat (Fayolle & Bégin, 2009). Ce rôle concerne toute la chaîne de la dynamique entrepreneuriale : des intentionnistes aux anciens dirigeants, en passant par les porteurs de projets et les entrepreneurs actifs (AFE, 2018). Mais d'un autre côté, plusieurs recherches énoncent aussi le rôle du système éducatif et de l'environnement socio-économique en général (Gasse, 2009). Dans un pays comme Madagascar où la famille joue un rôle très important dans la socialisation de la génération, et où l'entrepreneuriat reste à un stade embryonnaire (Randriamanalina, 2020), des questions peuvent se poser. Quel est le rôle de la famille dans les activités d'acquisition et de diffusion de la culture entrepreneuriale ? Qui influence plus les générations par rapport à la perception de l'entrepreneuriat ? Ce qui nous amène à émettre l'hypothèse suivante : « l'environnement familial influencerait plus

fortement la perception de l'entrepreneuriat par les jeunes lycéens que les deux autres environnements ».

Pour répondre à ces questions et valider notre hypothèse, des études empiriques ont été menées à travers une enquête effectuée dans des lycées de la capitale. Pour mettre en exergue la différence socioéconomique entre monde rural et monde urbain, des lycées ont été choisis dans chaque zone. De même, avec la différence énorme entre système éducatif malgache et système éducatif français, l'enquête a aussi jugé nécessaire de prendre des échantillons dans chaque système évoqué. Quant à la rédaction de l'article, pour plus de cohérence et en respectant les normes généralement admises, nous avons adopté le plan suivant. Dans un premier temps, en guise de contextualisation, nous avons rédigé une revue de littérature qui met en exergue les différentes notions mobilisées et les recherches déjà existantes qui évoquent notre sujet. Ensuite, pour entrer dans le vif du sujet et bien comprendre la problématique, nous avons rédigé le cadre théorique, empirique et le modèle d'analyse. Nous y mettrons en évidence les différentes théories fondatrices de notre modèle, le terrain objet de l'enquête et la modélisation qui constitue le cadre conceptuel de notre analyse avec une représentation schématisée de notre problématique. Les résultats obtenus seront discutés dans la dernière partie de notre article et nous verrons dans la conclusion finale les apports managériaux de l'article ainsi que les perspectives à terme de cette recherche.

1. Contextualisation et revue de littérature

Le rôle de la famille est un sujet récurrent dans la recherche en entrepreneuriat (Fayolle & Bégin, 2009). Ce rôle concerne toute la chaîne de la dynamique entrepreneuriale : des intentionnistes aux anciens dirigeants, en passant par les porteurs de projets et les entrepreneurs actifs (AFE, 2018). Le rôle de la famille sur les anciens dirigeants concerne, par exemple, la succession dans des sujets discutant de la reprise de l'entreprise par les proches de l'ancien dirigeant (Aronoff & Ward, 1992). Pour les porteurs de projet, le sujet le plus discuté reste l'accompagnement (Theodoraki & Messeghem, 2015) mais aussi le financement (Paré & Rédis, 2011), et même l'échec (Ben Yakoub et Al., 2020) entre autres. Le sujet reste très vaste, par contre, pour les entrepreneurs. Il peut très bien parler du rôle des membres de la famille dans l'accompagnement du cursus entrepreneurial du dirigeant (Fayolle & Bégin, 2009), que de la part de responsabilité de celle-ci en cas d'échec, entre autres (Miller, Steier, & Le Bretton-Miller, 2003). Le thème de la dynamique entrepreneuriale comprend ainsi dans

toute la littérature l'intention qui est une bonne base pour prédire du futur d'une personne quant à sa vocation entrepreneuriale (Degeorge & Fayolle, 2011). Ainsi, les recherches avant la démarche entrepreneuriale proprement dite se concentrent beaucoup sur cette question d'intention entrepreneuriale. Et la plupart, pour ne pas dire, la totalité de ces recherches sur l'intention entrepreneuriale prend comme référence la théorie du comportement planifié d'Ajzen (Ajzen, 1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (Shapero & Sokol, 1995). De même, la population étudiée par ces recherches concerne dans sa quasi-totalité les universitaires ou les professionnels fraîchement diplômés de l'enseignement supérieur (Diamane & Koubaa, 2015). Et pourtant, dans le principe du comportement humain, l'intention prend évidemment une place importante, mais la perception de l'activité concernée est aussi un concept non négligeable. D'ailleurs, dans le modèle de Shapero, on parle bien de désirabilité perçue et de faisabilité perçue. Et les recherches concernant cette perception ne sont pas nombreuses dans le domaine de l'entrepreneuriat. S'il y en a, il n'y a pas trop de différences avec les modèles d'intention puisqu'elles prennent encore souvent comme cadre de référence la théorie du comportement planifié d'Ajzen et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (Messaoudi, Bengrich, & Bribich, 2016). Quand la littérature parle ainsi de la situation des lycéens ou des collégiens, elle évoque beaucoup plus les concepts de culture entrepreneuriale (Fenouillet, 2001) et d'éducation à l'entrepreneuriat (Fayolle & Gailly, 2009).

L'objectif de cet article est ainsi de proposer une nouvelle orientation de la recherche en entrepreneuriat en insistant beaucoup plus sur la phase pré-intentionnelle et post-culture entrepreneuriale : la perception de l'entrepreneuriat. Elle rentre dans le cadre d'un grand projet de recherche individuelle sur la comparaison et l'articulation entre entrepreneuriat rural et entrepreneuriat urbain dans la région Analamanga. Cet article constitue ainsi un extrait de la partie qui concerne l'impact de l'environnement socioéconomique sur la perception de l'entrepreneuriat. Dans cet environnement, la littérature précise le rôle important de la famille (Fayolle & Bégin, 2009), et cet article souhaite confirmer empiriquement ces hypothèses théoriques.

2. Cadre théorique, empirique et modèle d'analyse

Contrairement aux autres recherches se focalisant sur l'intention entrepreneuriale, cet article va beaucoup plus s'orienter sur la phase pré-intentionnelle : la perception de l'entrepreneuriat. Définie par le CNRTL comme une « opération complexe par laquelle l'esprit, en organisant les données sensorielles, se forme une représentation des objets extérieurs et prend connaissance du réel¹ », la perception peut prendre plusieurs formes et peut tirer son origine de différentes manières dans le raisonnement humain.

Dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat, l'étude de la perception se confond souvent avec les recherches sur l'intention et les attitudes. C'est pour cette raison que la plupart du temps, le cadre théorique largement utilisé est la combinaison de la « théorie du comportement planifié » d'Azjen et le « modèle de l'événement entrepreneurial » de Shapero. Quant à nous, nous avons essayé de prendre une distance par rapport à ces deux théories et de rechercher un autre modèle qui cadre beaucoup plus avec notre optique d'analyse : la perception de l'entrepreneuriat par les jeunes lycéens. Ainsi, après plusieurs investigations et revue de la littérature sur le concept de perception, il a été décidé d'utiliser le modèle de « *perception des élèves* » (Viau, 1998) de Viau, lui-même issu de la théorie des « *influences de la psychologie cognitive sur les pratiques d'enseignement et d'évaluation* » de Tardif (1995). Cette théorie évoque trois perceptions pour expliquer la motivation des étudiants à poursuivre une activité donnée : la perception de la valeur d'une activité, la perception de sa compétence et la perception de contrôlabilité.

La perception de la valeur d'une activité se définit comme « étant le jugement que l'élève porte sur l'intérêt ou l'utilité d'une activité en fonction des buts qu'il poursuit » (Viau & Louis, 1997). Transposé dans la recherche sur la perception de l'activité entrepreneuriale, des interrogations comme : « *pourquoi je choisirais l'entrepreneuriat comme futur activité professionnelle plus tard ?* » ou « *disposer de connaissances sur l'activité entrepreneuriale actuellement, à quoi cela va me servir pour ma vie professionnelle future ?* » peuvent se poser. Un élève qui ne trouve aucun intérêt ni aucune utilité de l'activité aura donc une perception négative de cette activité.

¹ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL) - <http://www.cnrtl.fr/definition/perception>

La perception de sa compétence à accomplir une activité, quant à elle, est une « *perception de soi par laquelle une personne, avant d'entreprendre une activité qui comporte un degré élevé d'incertitude quant à sa réussite, évalue ses capacités à l'accomplir de manière adéquate* » (Viau, 1998). Par exemple, un élève qui sait qu'il n'a pas le goût du risque, qu'il manque de confiance en soi (les compétences entrepreneuriales) n'aura pas une très bonne perception de l'activité entrepreneuriale par rapport à ses compétences.

La perception de contrôlabilité, elle se définit comme « *le degré de contrôle qu'un élève croit pouvoir avoir sur le déroulement d'une activité et sur les résultats qui en découlent* » (Viau, 1998). Ainsi, elle s'exprime d'abord sur le déroulement de l'activité concernée. Par exemple, dans le domaine de l'activité entrepreneuriale, l'élève se demandera ainsi comment se déroule cette activité, est-ce qu'il pourra maîtriser ce déroulement ? Ensuite, elle s'exprime aussi sur les conséquences que peut avoir cette activité dans sa vie quotidienne. Ainsi, l'élève se pose des questions par rapport aux conséquences que peut avoir une activité entrepreneuriale dans sa vie tous les jours.

Puisqu'il s'agit d'une recherche sur la perception des lycéens d'Analamanga de l'entrepreneuriat, la population étudiée est donc les lycéens de ladite région. Un échantillon de 810 élèves a été choisi. Il s'agit d'un échantillon de convenance puisqu'il a été décidé de mener la recherche sur trois établissements du milieu urbain et quatre du milieu rural sans tenir compte de la représentativité de ces établissements. Il a juste fallu la présence dans l'échantillon de lycées publics, de lycées privés (confessionnel ou pas) et d'un lycée du système éducatif français. Cette répartition tient compte de la particularité du système éducatif malgache où cohabitent ces différentes classifications.

Il s'agit donc d'une population lycéenne âgée de 14 à 23 ans avec une moyenne d'âge de 17,16ans et incluant aussi bien les classes de seconde, de première et de terminale. Le tableau ci-dessous nous renseigne sur les caractéristiques globales de l'échantillon.

Tableau 1: Repartitions des enquêtés selon l'âge et le milieu

AGE	Rural	Urbain	Total général
14	2	5	7
15	18	21	39
16	80	105	185
17	106	199	305
18	112	67	179
19	46	16	62
20	20	4	24
21	6	2	8
23	1		1
Total général	391	419	810

Source : enquête « entrepreneuriat rural/urbain, ISCAM 2016-2018

Le mode d'administration de l'enquête consistait à aller directement au niveau des établissements. Des séances de une à deux heures ont été organisées dans chaque classe objet de l'enquête. La première partie de ces séances consistait en l'organisation d'une session de brainstorming et de synthèse sur l'activité entrepreneuriale : définition, profil d'un entrepreneur, différentes formes de création d'entreprises, ... Ensuite la seconde partie consistait au remplissage collectif du questionnaire. Il n'y a que dans le lycée à système éducatif français se trouvant en milieu urbain qu'un atelier « présentation de votre entreprise » a pu être organisé.

Les questions posées ne concernent pas explicitement le concept de la perception de l'entrepreneuriat mais très généralement de la comparaison entre la vision rurale et urbaine de l'entrepreneuriat, selon les objectifs du projet. C'est ainsi que premièrement, il a été demandé aux enquêtés leurs profils généraux (âge, domaines d'études et profession des parents). Ensuite, il leur a été demandé de parler de leurs objectifs dans leurs futures vies professionnelles, entre autres, la poursuite des études, le métier du futur, leurs motivations et leurs besoins pour réaliser ces objectifs. Troisièmement, les questions consistaient à énumérer leurs connaissances du monde entrepreneurial en citant des entrepreneurs célèbres ainsi que des entreprises nationales et internationales qu'ils connaissent. Et à la fin, il leur a été demandé de proposer des suggestions pour réussir dans le monde de l'entrepreneuriat.

Ce n'est que pendant la phase de traitements des données que les informations issues de l'enquête ont été adaptées au besoin de l'article sur la perception de l'entrepreneuriat par les

jeunes lycéens de la région Analamanga. Nous avons alors pu chercher dans les réponses données les composantes de chaque variable du modèle d'analyse.

Un modèle d'analyse qui est basée sur la théorie de la « *perception des élèves* » de Viau. Rappelons que pour cette théorie la perception globale d'une activité d'un élève est composée de trois perceptions : la perception de la valeur de l'activité, la perception de sa compétence à accomplir l'activité et la perception de contrôlabilité de l'activité.

La perception de la valeur de l'activité qui est le jugement que porte un élève sur l'utilité et l'intérêt d'une activité est donc composée de la vision de l'élève de la pertinence de l'activité entrepreneuriale ... dans ce sens, elle se rapproche beaucoup du concept de désirabilité perçue de Shapero.

La perception de sa compétence consiste à savoir si l'élève pense disposer des compétences nécessaires à accomplir pour le futur l'acte entrepreneurial. Pour cela, il fait une auto-évaluation de sa propre personne par rapport aux caractéristiques de l'entrepreneur qui peuvent être le goût du risque, la confiance en soi, le réseautage, ... dans ce cadre-là, elle se rapproche beaucoup du concept de faisabilité perçue de Shapero par rapport aux caractéristiques de l'entrepreneur.

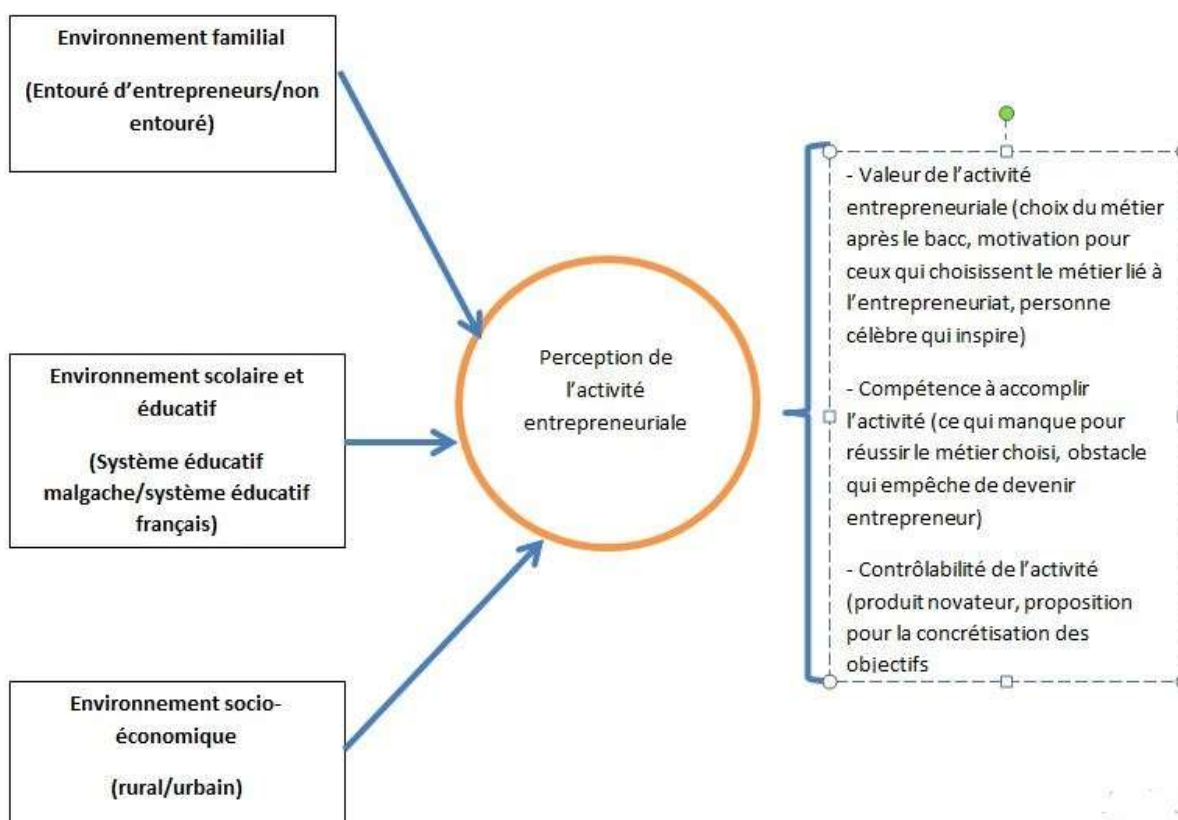
La perception de contrôlabilité, quant à elle, essaie de déterminer le contrôle que peut avoir l'élève sur une activité donnée. Ainsi, en imaginant les risques qu'il peut encourir, il est en mesure de savoir si, avec ses compétences actuelles, il peut embrasser pour plus tard le métier d'entrepreneur. Ce qui fait qu'il y a aussi un rapprochement avec le concept de faisabilité perçue de Shapero, mais cette fois, dans le cadre des risques encourus par l'entrepreneur.

Si telles sont nos variables dépendantes, avec quelles variables indépendantes nous allons les expliquer ? La théorie de la « *perception de l'élève* » de Viau, elle-même, nous donne la réponse. Pour lui, en effet, ces perceptions sont expliquées généralement par l'environnement dans lequel évolue l'élève. Cet environnement de l'élève est composé de trois éléments : son environnement familial, son environnement scolaire et éducatif et son environnement socio-économique. Pris dans ce sens, le modèle se rapproche beaucoup de la théorie du comportement planifié d'Ajzen qui explique aussi le comportement par rapport à l'environnement.

Dans notre modèle, l'environnement familial consiste à savoir si l'élève est entouré d'entrepreneur ou pas dans sa vie quotidienne. En effet, différentes théories ont montré l'importance d'être entouré d'entrepreneur quant au futur choix du métier d'entrepreneur

(Fayolle & Bégin, 2009). Pour l'environnement scolaire et éducatif, notre choix s'est focalisé sur la division système éducatif malgache et système éducatif français. En effet, il y a une différence considérable dans le programme scolaire de ces deux systèmes avec le système malgache très archaïque, très généraliste et sans spécialisation, contre le nouveau système français où l'étudiant est beaucoup confronté au monde professionnel en général et au monde de l'entrepreneuriat, en particulier, pour les filières tertiaires. Quant à l'environnement socio-économique, la différenciation se fait entre monde rural et monde urbain. En effet, comme dans beaucoup de pays en voie de développement, la dualité rurale/urbaine reste très importante et le secteur de l'éducation constitue une manifestation flagrante de la distorsion qu'il peut y avoir entre ces deux mondes ne serait-ce qu'en termes d'accès à l'information. Ainsi, après arrangement des réponses des enquêtés par rapport aux besoins de l'article, notre modèle d'analyse se présente comme suit.

Figure 1 : Le modèle d'analyse



Source : Adapté du modèle de la « perception des élèves » de Viau

A partir de ce modèle, nous pouvons tirer notre hypothèse de travail relatif à notre sujet sur le rôle de la famille dans la perception de l'entrepreneuriat par les jeunes lycéens de la région

Analamanga : « l'environnement familial influence plus fortement la perception de l'entrepreneuriat par les jeunes lycéens que les deux autres environnements ».

Pour pouvoir mettre des liens entre les variables explicatives et les variables expliquées, nous avons choisi d'utiliser le test du Khi2 d'indépendance entre deux variables qualitatives. En effet, avec les manières dont nous avons posées les questions et d'avoir traité les informations, toutes les variables utilisées dans le modèle sont des variables qualitatives. Ensuite, pour pouvoir affirmer que telle variable influence plus fortement telles autres variables, il est pertinent de calculer le V de Cramer pour chaque liaison positive entre variables.

3. Résultats et discussions

Après traitement des données avec le logiciel Excel-Stat, nous obtenons les résultats suivants :

Tableau 2: RESULTATS DU TEST KHI2 d'indépendance avec seuil de confiance $\alpha = 0,05$

Environnements étudiés	Croisement des variables	Khi2 (observé)	Khi2 (CRITIQUE)	DDL	p-value	V de Cramer
Environnement familial (existence de membre de famille entrepreneur/non existence de membre de famille entrepreneur)	Valeur de l'activité : Choix du métier après bac	2,054	3,841	1	0,152	0,05035
	Valeur de l'activité : Motivation du choix	2,717	7,815	3	0,437	0,05910
	Compétence à accomplir l'activité : Besoins pour réussir	1,480	7,815	3	0,687	0,04348
	Contrôlabilité de l'activité : Proposition pour concrétisation	17,851	12,592	6	0,007	0,15757
	Contrôlabilité de l'activité : Produit novateur	20,432	18,307	10	0,025	0,17608
Environnement Scolaire et éducatif (système éducatif malgache/système éducatif français)	Valeur de l'activité : Choix du métier après le bac	0,295	3,841	1	0,587	0,01912
	Valeur de l'activité : motivation du choix	45,433	7,815	3	0,0001	0,24166
	Compétence à accomplir l'activité : Besoins pour réussir	20,917	7,815	3	0,0001095	0,16344
	Contrôlabilité de l'activité : Proposition pour concrétisation	240,746	12,592	6	0,0001	0,57865
	Contrôlabilité de l'activité :Produit novateur	16,987	18,307	10	0,075	0,22470
Environnement Socio-économique	Valeur de l'activité : Choix du métier après	0,295	3,841	1	0,587	0,01912

(rural /urbain)	le bac					
	Valeur de l'activité : motivation du choix	63,780	7,815	3	0,0001	0,28669
	Compétence à accomplir l'activité : Besoins pour réussir	53,092	7,815	3	0,0001	0,26073
	Contrôlabilité de l'activité : Proposition pour concrétisation	82,859	12,592	6	0,0001	0,33995
	Contrôlabilité de l'activité : Produit novateur	43,328	18,307	10	0,0001	0,16055

Source : Calcul des auteurs selon les résultats de l'enquête

Rappelons que dans un test de χ^2 , on retient l'hypothèse H_0 d'indépendance lorsque la valeur du p-value est supérieur à la valeur du seuil de confiance α et on retient l'hypothèse alternative H_a de dépendance dans le cas contraire. Le coefficient V de Cramer servira à connaître l'intensité de la relation entre les deux variables. Autant, il se rapproche de 1, autant l'intensité est plus forte.

Dans notre cas donc, il y a dépendance entre les variables suivantes :

Au niveau de l'environnement familial :

- Contrôlabilité de l'activité / proposition de concrétisation (p-value = 0,007 et V = 0,157) ;
- Contrôlabilité de l'activité / proposition de produits novateurs (p-value = 0,025 et V = 0,176) ;

Au niveau de l'environnement scolaire et éducatif :

- Valeur de l'activité et motivation du choix (p-value = 0,0001 et V = 0,241) ;
- Compétence pour accomplir l'activité et besoins pour réussir (p-value = 0,0001 et V = 0,163) ;
- Contrôlabilité de l'activité / proposition de concrétisation (p-value = 0,0001 et V = 0,578) ;

Au niveau de l'environnement socio-économique :

- Valeur de l'activité et motivation du choix (p-value = 0,0001 et V = 0,286) ;
- Compétence à accomplir l'activité et besoins pour réussir (p-value = 0,0001 et V = 0,261) ;

- Contrôlabilité de l'activité et proposition pour concrétisation (p-value = 0,0001 et V = 0,340) ;
- Contrôlabilité de l'activité et prix novateur (p-value = 0,0001 et V = 0,160).

Suivant ces résultats donc, nous pouvons dire que les trois types d'environnement influencent chacun, et à leur manière, la perception de l'élève de l'entrepreneuriat. L'environnement socio-économique c'est-à-dire la différenciation rural/urbain l'influence sur 4 variables, l'environnement socio-éducatif (différenciation entre système éducatif) le fait avec 3 variables. Quant à l'environnement familial, il ne l'influence que sur 2 variables : la contrôlabilité de l'activité en lien avec la proposition de produits novateurs et avec la proposition pour la concrétisation des objectifs professionnels liés à l'entrepreneuriat.

Cette variable « concrétisation des objectifs professionnels liés à l'entrepreneuriat » est d'ailleurs toujours influencée directement par les 3 variables explicatives de l'environnement de l'élève. Cette influence est la plus forte par rapport à son lien avec la variable de l'environnement scolaire en relation avec la contrôlabilité de l'activité. Ce qui veut dire que les élèves pensent pouvoir avoir un contrôle sur l'activité entrepreneuriale après avoir eu recours à des cours directement ou indirectement liés à l'entrepreneuriat. D'ailleurs, si nous revenons dans les réponses, les propositions les plus cités par ceux qui sont dans le système éducatifs malgaches sont les formations, la pratique, la recherche et les bourses d'études, ce qui pourrait vouloir dire qu'ils sont conscients des manques qu'il peut y avoir dans le système. Pour ceux qui sont dans le système éducatif français, les réponses les plus citées sont le réseautage et le soutien familial.

Ce qui est surtout à souligner dans ces résultats c'est l'influence moindre de l'environnement familial dans cette perception de l'entrepreneuriat. Nombreuses sont les possibles causes mais nous soupçonnons les hypothèses suivantes à confirmer par des recherches plus approfondies :

Etant donné que ces élèves ont un âge moyen estimé à 17,16 ans, les parents ou autres membres de la famille ne vont pas discuter avec eux leurs réussites ou leurs échecs dans leurs activités productives ou professionnelles. Les enfants vont analyser et évaluer uniquement ce qu'ils voient et les impacts qu'ils ressentent au niveau de la vie quotidienne en faisant la comparaison de leurs conditions de vie sociale avec celles de leurs amis à l'école ou leurs voisins ou autres.

Donc la culture entrepreneuriale n'est pas transmise au sein de la famille. Bien que 73.21% des élèves enquêtés évoluent dans une famille entrepreneure, la portée des activités entrepreneuriales n'a suscité que très peu d'intérêt au niveau des élèves. : 34% d'élèves issus de familles d'entrepreneurs ont choisi de faire un métier d'entrepreneurs.

Et même si dans notre échantillon, ceux qui ont un membre de la famille « entrepreneurs » sont relativement nombreux avec 73,21% avec notre critère de classification, il faut savoir que la plupart du temps, ce sont des personnes qui sont dans des situations précaires car exerçant des métiers indépendants non-salariés comme artisan ou agriculteurs surtout dans le monde rural.

Apparemment, c'est l'environnement scolaire et l'environnement socio-économique qui influence le plus la perception de l'entrepreneuriat par les élèves. Par ailleurs, les V de Cramer nous montre que, malgré l'influence de l'environnement socio-économique sur 4 variables de la perception, c'est au niveau de l'environnement scolaire que les liens sont les plus forts. La différenciation au niveau de l'environnement socio-économique concerne surtout l'asymétrie d'information entre le monde rural et le monde urbain. Il est évident que dans la situation actuelle du pays, le monde urbain a un meilleur accès aux informations que le monde rural. Ce qui fait que leurs perceptions de l'entrepreneuriat est meilleure. Ce qui nous fait dire que si nous voulons améliorer cette perception de l'entrepreneuriat par les lycéens, les actions à mettre en place concernent surtout l'environnement scolaire avec une politique d'éducation à l'entrepreneuriat adéquate.

Conclusion

Puisque d'après nos résultats, l'environnement familial n'influence que très peu la perception de l'élève de l'entrepreneuriat, il est évident que des actions sont à mettre en place pour que celui-ci soit à la base de l'émergence d'une économie entrepreneuriale à Madagascar. C'est une politique à long terme nécessitant une stratégie claire de la part des pouvoirs publics. D'après les résultats, pourtant, la petite entreprise familiale représente une grande majorité des réponses de ceux qui ont au moins un membre de la famille exerçant le métier d'entrepreneur. Le problème c'est qu'au lieu d'insuffler l'esprit d'entreprise au niveau des élèves, ces petites entreprises, vu leur situation précaire exerce plutôt un effet répulsif au niveau de ces derniers. Il faut donc que les pouvoirs publics soient conscients que le monde actuellement est entré dans une nouvelle forme d'économie : l'économie entrepreneuriale qui affirme que les petites firmes sont autant sources de croissance économique que les grandes (Audrescht, 2006). Les actions à mettre en place sont donc la favorisation et la promotion des petites entreprises familiales que ce soit en milieu rural ou urbain et surtout la promotion d'une politique d'éducation à l'entrepreneuriat efficace qui implique aussi bien l'environnement socio-économique, l'environnement scolaire et éducatif et surtout l'environnement familial.

BIBLIOGRAPHIE

- AFE. (2018). Indice entrepreneurial français. *Observatoire de l'AFE baromètre*, 1-28.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organisation behavior and human decision processes*, 50, 179-271.
- Aronoff, C.-E., & Ward, J.-L. (1992). Family Business Succession: The Final Test of Greatness, Marietta, Georgia: Family Business Leadership Series. *Business Owners Resources*.
- Audrescht, D. (2006). L'émergence de l'économie entrepreneuriale. *Reflets et perspectives de la vie économique*, 31-62.
- Ben Yakoub, S & Al. (2020) "Vision sur l'échec entrepreneurial: études bibliographiques entre 1930 et 2020", *Revue internationale des sciences de gestion*, Volume 3, numéro 3, 202-225.
- Caves (R.E), (1982) « Multinational enterprise and economic analysis, University Press Cambridge »
- Colman (JS), (1988), « Social Capital in the creation of human capital, The American journal of sociology 94 »
- Degeorge, J., & Fayolle, A. (2011). Les étudiants français ont-ils la fibre entrepreneuriale ? *Entreprendre & Innover*, 9-10(1), 21-28.
- Diamane, M., & Koubaa, S. (2015). Comment favoriser l'attitude entrepreneuriale des étudiants ? Etude exploratoire. *9ème congrès de l'entrepreneuriat et de l'innovation. Entrepreneuriat responsable : Pratiques et enjeux théoriques. Nantes, France, 20-22 mai 2015.*
- Elkan (W), « Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa, World Bank Research Observer, 1988, Vol 3
- Fayolle, A., & Bégin, L. (2009). Entrepreneuriat Familial : croisement de deux champs ou nouveau champ issu d'un double croisement ? *Management international*, 11-23.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2009). Evaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédisposition et impact sur l'intention d'entreprendre. *AIMS M@na@gement. Vol 12*, 176-203.
- Fenouillet, F. (2001). La motivation chez les collégiens et les lycéens. *Golder, C. & Gaonac'h, C. (ed.) Profession Enseignant : Enseigner à des adolescents, Manuel de psychologie, Hachette Education*, 36-45.
- Fortin (P.A), « La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté », *Collection Entreprendre*, 2002, 208 pages

Guillouzo (R) et Al. , « Entrepreneuriat, développement durable et territoire », Revue internationale PME, 2014

Leibenstein (H), « The new palgrave dictionary of economics : X-efficiency, Snippet, 1987

Lentz (B.L), Labland (D.N), « Entrepreneurial success and occupational inheritance among proprietors », Canadian Journal of Economics, 1990, Vol 23

Messaoudi, A., Bengrich, M., & Bribich, S. (2016). Perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat : cas des étudiants en masters de l'Université Ibn Zohr. *REINNOVA, Vol1, N°2*, 11-32.

Miller, D., Steier, L., & Le Bretton-Miller, I. (2003). Lost in time: intergenerational succession, change, and failure in family business. *Journal of Business Venturing, Volume 18, Issue 4*, 513-531.

Paré, J., & Rédis, J. (2011). Réorienter la recherche en finance entrepreneuriale. *Gestion 2000, volume 28(4)*, 17-31.

Redding (S.G), « An empirical study of overseas Chinese managerial ideology », International Journal of Technology, 1990

Shapero, A., & Sokol, L. (1995). The social dimension of entrepreneurship. *Encyclpoedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs : Prentice Hall, Chap. IV*, 79-92.

Tardif, J. (1995). Les influences de la psychologie cognitive sur les pratiques d'enseignement et d'évaluation. *Revue québécoise de psychologie, 16*, 175-207.

Theodoraki, C., & Messeghem, K. (2015). Ecosystème de l'accompagnement entrepreneurial : une approche en termes de coopération. *Entreprendre & Innover, 27(4)*, 102-111.

Verstraete (Th), Saporta (B), « Création d'entreprise et entrepreneuriat », Les éditions de l'adreg, 2006

Viau, R. (1998). Les perceptions de l'élève : sources de sa motivation dans les cours de français. *Québec français, (110)*, 45-47.

Viau, R., & Louis, R. (1997). Vers une meilleure compréhension de la dynamique motivationnelle des étudiants en contexte scolaire. *Revue canadienne de l'éducation, Vol 22*, 144-157.