

ESSAI EMPIRIQUE SUR LES DÉTERMINANTS DE L'ACTE ENTREPRENEURIAL DANS LE SECTEUR TEXTILE MAROCAIN

Omar Taouab

Université Ibn Tofail, Kénitra, Maroc

Abstract

Entrepreneurship and business creation is a key factor to enhance the vitality and development of the Moroccan economy especially when undertaken in areas of high economic impact including the textile sector.

To delineate the main determinants of entrepreneurial activity factors, we mobilized the theoretical model of planned behavior (Ajzen and Fishbein, 1991) and Shapiro's model (1993) who consider the desirability of the act of undertake as a dependent variable of demographic variables and personality traits.

Our results have directed us to the proposal of some actions to be taken to increase the likelihood of undertaking in this area. Each proposed action is accompanied by an approximation of the expected positive effects on endogenous variable due to a variation of a factor.

Keywords: Entrepreneurship Intention, Logit

Resume

Au Maroc, comme tous les autres pays, l'entrepreneuriat constitue actuellement un levier incontournable pour le développement et le renforcement du tissu économique. En termes de politiques économiques, plusieurs actions ont été menées afin d'encourager les initiatives entrepreneuriales et, plus particulièrement, dans des secteurs porteurs tel que le textile-habillement. Toutefois, durant la dernière décennie, la création d'entreprise dans ce secteur semble afficher une tendance baissière, allant par conséquent, à l'encontre des objectifs stratégiques sectoriels. Face à ce constat négatif, le chercheur n'est pas resté indifférent et commence à s'interroger sur les facteurs qui conditionnent la création des entreprises chez les professionnels de ce secteur.

En effet, En vue de cerner les principaux facteurs déterminants de l'activité entrepreneuriale, nous avons mobilisé le modèle théorique du comportement planifié (Fishbein et Ajzen, 1991) et le modèle de Shapiro (1993), qui

considèrent la désirabilité de l'acte d'entreprendre comme variable dépendante des variables démographiques et des traits de la personnalité. Par ailleurs, sur le plan empirique, les résultats obtenus, à l'aide de la modélisation logistique, nous ont permis d'abord une compréhension scientifique fondée de l'acte entrepreneurial dans ce secteur et par la suite, de suggérer quelques correctives susceptibles d'améliorer la probabilité de création de projet.

Mots clés: Entrepreneuriat, Intention, Logit

Introduction

La création d'entreprises constitue un objectif et enjeu majeurs pour plusieurs pays et plus particulièrement ceux en voie de développement; surtout lorsqu'il s'agit des secteurs porteurs moins capitalistique tel que le textile-habillement. Ce secteur suscite un intérêt grandissant, d'une part par sa contribution à l'offre d'emploi, la création de la valeur ajoutée et d'autre part, à travers l'amélioration des soldes de la balance commerciale.

Or, la recherche en gestion a débuté tardivement au Maroc, dans les années 90 du siècle dernier,(Ahsina,2012), et la discipline de l'esprit d'entreprise est un domaine relativement nouveau de la recherche. D'où l'intérêt de cette recherche.

Une telle attention tournée vers l'entrepreneuriat dans ce secteur est manifeste à travers plusieurs actions et avantages dont jouissent les opérateurs du secteur. Il s'agit ; à titre indicatif, du contrat programme avec l'Etat, l'octroi des exonérations fiscales en matière de la Taxe sur la Valeur Ajoutée et autres incitations sociales et économiques. Néanmoins, en dépit de ces attentions et intérêts réservés à ce secteur, les actions entrepreneuriales, durant les dernières années, ont sensiblement régressé et allant à l'encontre des attentes et objectifs de la politique économique.

A partir de ce constat, il nous a paru plutôt intéressant de mener une réflexion sur les différents facteurs qui peuvent influencer l'intention voire même la concrétisation entrepreneuriale auprès d'une population d'entrepreneurs du secteur.

Théoriquement, le cadre de référence de cette étude est constitué par la théorie du comportement planifié (TCP) d' Ajzen (1991) et le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). De même, d'autres travaux (Krueger et al, 2000 ; Emin, 2003 ; Boissin et al, 2005 ; Fayolle, 2005 ; Fayolle et al, 2006 ; Kolvereid et Isaksen, 2006 fournissent une explication similaire de l'intention entrepreneuriale de l'individu et ils offrent ainsi un cadre cohérent permettant une meilleure compréhension du processus de création d'entreprise,.

En effet, ce cadre théorique nous permet de mettre en exergue les principaux facteurs déterminants qui influent sur le passage de la désirabilité à la concrétisation de l'intention entrepreneuriale.

Empiriquement, l'évaluation de l'impact des différents facteurs, évoqués par le cadre théorique, ne peut se faire qu'à travers le recours à une modélisation économétrique appropriée à ce phénomène, qualitatif, à savoir la modélisation logistique.

Pour mener à bien cette réflexion, ce papier essaie de rappeler le cadre théorique, dresser une démarche empirique et, à la fin, présenter les résultats assortis de quelques suggestions.

1- Repères théoriques

Sur le plan théorique, deux revues de lectures ont été menées. Il s'agit, en l'occurrence de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et du modèle de l'événement entrepreneurial de Schapero (1993). A l'issue de cette lecture, une panoplie de variables, concernant l'intention et la faisabilité entrepreneuriale, est constituée.

1.1 La théorie du comportement planifié d'Ajzen(1991)

La théorie du comportement planifié confère à l'intention de l'individu la place centrale de la genèse du comportement, (Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006). L'importance de cette théorie réside dans la proposition d'un modèle, de référence, utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel puisqu'elle ne repose sur des variables externes comme déterminants immédiats du comportement, (Emin, 2003).

Selon la théorie d'Ajzen (1991), l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels à savoir l'attitude vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçue.

a- L'attitude vis-à-vis du comportement

L'attitude vis-à-vis du comportement désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a, du comportement concerné, (Ajzen, 1991). Cette variable représente l'attractivité du comportement, (Emin et al, 2005). Par exemple, l'attitude envers le risque, amène une personne à considérer de façon positive ou négative le fait de prendre des risques. De même l'attitude envers le succès et l'échec de création d'entreprise favorise ou défavorise la décision de créer une entreprise chez un individu.

b- La norme sociale perçue

Elle désigne les pressions sociales perçues pour réaliser ou ne pas réaliser un comportement (Ajzen, 1991). En d'autre terme, la norme sociale

perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de ce qu'il voudrait entreprendre, (Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006). Les attitudes vis-à-vis du comportement ainsi que la norme sociale perçue renvoient au concept de désirabilité proposé par Shapero et Sokol, (Tounès, 2003 ; Fayolle, 2005).

c- Le contrôle comportemental perçu

Selon Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Entre autre, il renvoie à la perception qu'une personne a, de la faisabilité personnelle du comportement concerné, (Emin et al, 2005).

Le concept du contrôle comportemental perçu est très proche du concept de l'efficacité personnelle de Bandura (1977), (Ajzen, 1991) et du concept de faisabilité de Shapero et Sokol (1982), (Tounès, 2003 ; Emin et al, 2005).

Les attitudes vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu sont exprimées en termes de croyances. Ces dernières correspondent aux informations vraies ou fausses qu'une personne a sur le monde qui l'entoure.

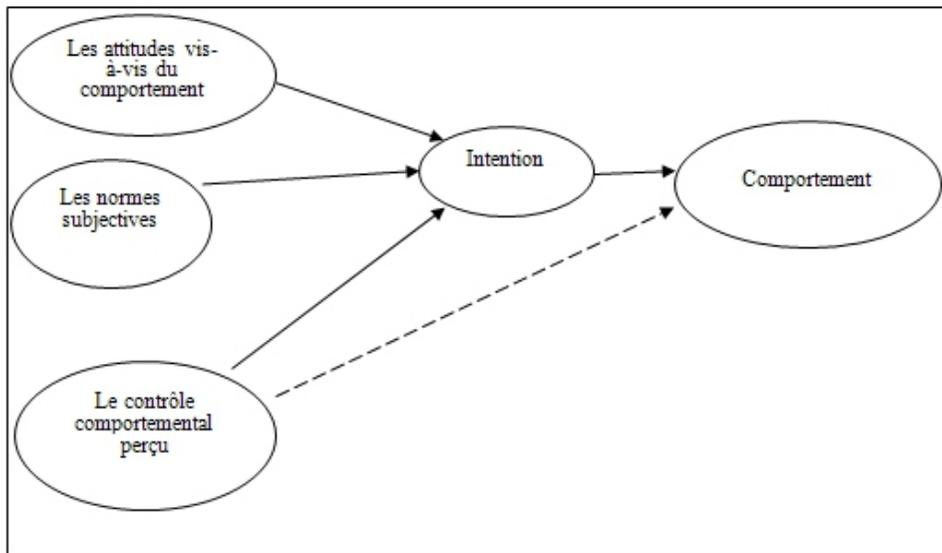


Schéma 1 : Le modèle de la théorie du comportement planifié, Ajzen (1991)

1.2 Lemodèle de Schapero

Le modèle de Schapero (1975, Shapero et Sokol, 1982) vise à expliquer l'événement entrepreneurial, c'est-à-dire à étudier les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat plutôt que d'une autre voie professionnelle.

L'événement entrepreneurial résulte de la combinaison de quatre variables :

(i) une situation précipitant l'acte entrepreneurial (déplacements négatifs, positifs ou situation intermédiaire) ;

(ii) les perceptions de désirabilité de l'acte (système de valeurs individuel) ;

(iii) la faisabilité de l'acte (accès aux ressources nécessaires financières, humaines et techniques) issues de l'environnement culturel, politique, économique et social ;

(iv) une disposition psychologique (propension à l'action).

Le modèle proposé par Shapero ne fait pas explicitement référence à l'intention de créer une entreprise. C'est Krueger (1993) qui a offert une modernisation de la formation de l'événement entrepreneurial qui intègre le concept d'intention. Elle est représentée dans la figure ci-après. Dans ce modèle, les créateurs doivent d'abord percevoir l'action de créer comme «crédible» (c'est à dire qu'ils ont des intentions entrepreneuriales) puis être incités à se lancer véritablement. La crédibilité repose sur les perceptions de faisabilité et de désirabilité et sur la propension à l'action qui a un effet modérateur. Si l'on fait exception de la propension à l'action, deux éléments expliquent, à eux seuls, l'intention de créer une entreprise : la désirabilité de l'acte qui traduit l'attrait de la personne pour le comportement entrepreneurial, et la faisabilité de l'acte qui mesure la perception de la facilité ou difficulté que l'on pense rencontrer lors du processus créatif.

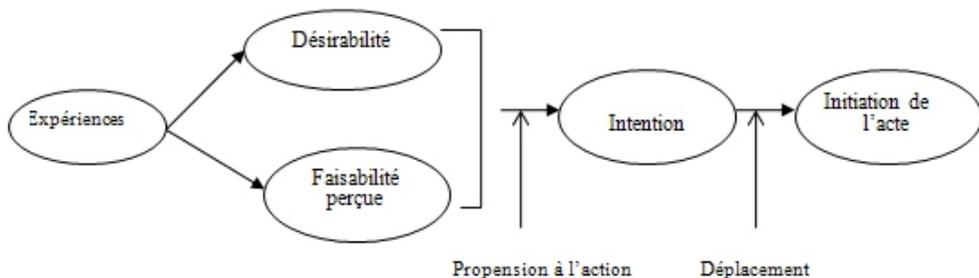


Schéma 2 : Le modèle de l'évènement de Schapero et Sokol(1982)

1.3 Les variables déterminantes

La lecture théorique des différentes approches nous a permis de cerner quelques variables susceptibles d'influer sur les intentions entrepreneuriales et de conditionner le passage à l'acte de concrétisation.

a- Les variables issues du modèle d'Azjen

Selon le modèle du comportement planifié, trois variables sont supposées prédire l'intention de créer une entreprise :

-l'attitude vis-à-vis du comportement, exprimée à travers :

- l'âge,
- Le sexe,
- L'éducation,
- Le statut.

-la norme sociale perçue approchée par les avis des:

- amis
- parents
- conjoints

- Le contrôle comportemental perçu :

Selon Azjen (1991), le contrôle comportemental perçu mesure la facilité ou la difficulté que le créateur potentiel perçoit pour la réalisation du comportement. Il se définit aussi comme la perception de la présence ou de l'absence des ressources et des opportunités requises.

b- La variable faisabilité de Schapero

Cette variable se rapproche de la faisabilité de l'acte de Schapero 1993 ; laquelle est perçue par :

- L'accès aux ressources financières (disponibilité financière :DF),
- Les facilités juridiques et fiscales (FJF)
- Le rendement suffisant (Taux de rendement sectoriel: TRS)

2. La méthodologie de recherche

Méthodologiquement, notre démarche porte d'une part, sur la constitution de l'échantillon et la collecte des données et de l'autre part, sur le choix du modèle approprié.

2.1. L'échantillon et le recueil de données

L'échantillon retenu, ceux ayant répondu à noter questionnaire, est composé de 76 entrepreneurs de trois tranches d'activités du secteur (confection, tissage et bonneterie) répartis sur quatre sites (Casablanca, Rabat, Salé et Tanger). Selon la nature d'activité, parmi les répondants, 38 participants interviennent dans la confection, tandis que 21 sur le tissage-finissage alors que seulement 17 sont présents sur la bonneterie. Compte tenu du genre social, sur l'ensemble des collaborateurs, 69% sont des hommes et 31% des femmes.

L'outil de collecte des données que nous avons utilisé dans cette recherche est le questionnaire. Pour l'élaboration de ce dernier on s'est référé aux définitions et descriptions des différentes variables relatées par la théorie du comportement planifié et celle de l'évènement d'entreprendre. Le questionnaire comporte des questions relatives à l'attitude vis-à-vis de la création d'entreprise (attirait à l'égard de la création d'entreprise), la norme

sociale perçue, le contrôle comportemental perçue (la capacité perçue à créer une entreprise), l'intention de créer une entreprise et des questions portant sur les conditions de la concrétisation de l'intention entrepreneuriale.

2.2. La spécification du modèle:

Appelé également la régression dichotomique, la modélisation logistique reste, toujours, la formulation économétrique la plus appropriée à l'étude des phénomènes socio-économiques de nature qualitative (Régis Borbonnais, 2009).

Parmi ces modèles, les fonctions logit et probit ont les mêmes caractéristiques voulues, c'est-à-dire tendance cumulative normale de façon à ce que:

$$\lim \beta_{xi} \rightarrow +\infty = \text{Prob}(y=1)=1 \quad \text{et} \quad \lim \beta_{xi} \rightarrow -\infty = \text{Prob}(y=1)=0$$

Pratiquement, ces deux modèles donnent des résultats voisins seulement que nous préférons opter pour le modèle Logit, au lieu du Probit, pour des raisons de simplicité (Denis Fougère, 2008).

L'expression de ce modèle est la suivante :

$$\begin{aligned} \text{Prob}(y=1) &= \frac{\exp(\beta_{xi})}{1 + \exp(\beta_{xi})} \text{ et} \\ \text{Prob}(y=0) &= 1 / 1 + \exp(\beta_{xi}) \text{ autrement } 1 - \text{Prob}(y=1) \end{aligned}$$

4. Les résultats de la recherche

La présentation des résultats porte aussi bien sur l'analyse statistique que sur l'estimation empirique du modèle Logit.

4.1. L'analyse statistique

Les tests statistiques notamment le chi-square et la corrélation ont été effectués sur le SPSS 11 de même que la régression logistique binaire. Dans ce cadre, les variables endogènes sont l'intention entrepreneuriale à expliquer par:

- l'attrait personnel à l'égard de la création d'entreprise approché par le sexe, le statut, l'âge et l'éducation,
- la norme sociale perçue à travers les avis des parents, conjoints et amis ;
- le contrôle comportemental via la facilité ou la difficulté de concrétiser les intentions.

Et la variable faisabilité de Schapero représenté par :

- La disponibilité financière (DF),
- Les facilités juridiques et fiscales (FJF), et
- Le taux de rendement sectoriel (TRS)

Les résultats des tests seront exposés par variable endogène retenue selon qu'il s'agit de l'intention ou de la faisabilité entrepreneuriale.

Concernant l'intention, cette variable entretient des corrélations manifestes de 45% et 25% dans 99% des cas avec les exogènes éducations et statut. De même, le test de Chi-square (Tableau N°1) nous permet d'admettre l'hypothèse de dépendance entre ces variables dans 99,4% d'éventualités. Toutefois, les autres variables explicatives entretiennent une faible corrélation avec la variable endogène et présentent une colinéarité qui peut biaiser l'estimation des coefficients des équations structurelles.

Tableau 1 : Test Statistique de la faisabilité

	ACTE	DF	FJF	TRS
Chi-Square(a)	1	6,25	9	9
df	1	1	1	1
Asymp. Sig.	0,317	0,01	0	0

a 0 cells (,0%) have expected frequencies less than 5.
The minimum expected cell frequency is 8,0.

Du côté faisabilité, la disponibilité financière, les facilités juridiques et fiscales ainsi que la variable taux de rendement sectoriel ont prouvé leur corrélation avec la variable concrétisation de Schapero. En effet, ces corrélations sont de l'ordre de 60%, 54% et 30% respectivement relatives aux DF, FJF et TRS et vérifiables à un seuil de confiance de 99%. La dépendance entre la faisabilité et les variables explicatives est nettement apparente dans 99% des cas.

L'analyse statistique présente l'intérêt de ne retenir, dans les équations logistiques, que les variables qui ont une intensité avec la variable à expliquer.

4.2. L'estimation empirique

Selon Thomas, A (2002), « contrairement aux modèles estimés par la méthode des moindres carrés ordinaires, pour lesquels les coefficients sont interprétés en termes de propension marginale, les valeurs des coefficients des modèles logistiques ne sont pas directement interprétable. Seuls les signes indiquent si les variables agissent négativement ou positivement sur la probabilité (p). Cependant, des effets marginaux et des seuils de signification peuvent être analysés ».

Tableau 2 : Estimation des coefficients dans l'équation « Intention »

variable	B	S.E	Wald	df	Sig	Exp(B)
éducation	0,022	0,015	0,410	1	0,422	0,978
Age	0,012	0,006	3,762	1	0,052	0,988
Sexe	0,941	0,418	5,070	1	0,024	0,390
Statut	0,112	0,024	21,254	1	0,000	1,117
Avis-parent	1,053	0,381	7,637	1	0,006	2,866
Contrôle-perçu	0,289	0,527	0,301	1	0,583	1,336

Concernant notre cas d'étude, les résultats que nous avons obtenus ne se sont pas écartés du fond de la théorie du comportement planifié non plus du modèle de Schapero.

En effet, les trois variables explicatives du modèle prédisent significativement l'intention entrepreneuriale à des degrés différents (tableau 2). Ainsi l'impact de l'attrait personnel perçu à travers le statut est à 100% significative de même que la norme sociale à travers l'avis des parents qui a approuvé son effet dans 99,4% des cas. Par contre, la variable contrôle personnel n'a d'impact que dans 54% des cas et ce, à cause de sa colinéarité avec la variable statut.

Tableau 3 : Estimation des coefficients dans l'équation « faisabilité »

variable	B	S.E	Wald	df	Sig	Exp(B)
Education	0,016	0,024	0,037	1	0,543	1,015
Statut	0,151	0,080	3,577	1	0,059	0,860
Avis-parent	0,223	0,040	4,520	1	0,033	0,416
DF	0,113	0,096	1,375	1	0,241	1,120
FJF	0,105	0,103	1,040	1	0,308	0,901
TRS	0,122	0,104	1,387	1	0,239	0,885

Du point de vue faisabilité, le passage de l'intention à la concrétisation du projet dépend, d'après les estimations (tableau N°3), de la disponibilité des ressources financières (DF), des conditions juridiques et fiscales (CJF) inhérentes au secteur et du taux de rentabilité sectoriel (TRS) respectivement à des seuils d'acceptation de 76%, 70% et 77%.

5 Discussion et suggestions

Pour développer les initiatives d'entreprendre chez les futurs entrepreneurs, les décideurs peuvent s'imprégner de la théorie du comportement planifié afin de mieux comprendre les motivations, les croyances et les intentions des jeunes.

À titre d'illustration, pour faire évoluer l'esprit d'entreprendre auprès des étudiants, des initiatives de sensibilisation positives vis-à-vis de l'entrepreneuriat peuvent être engagées notamment dans les écoles de commerce, d'ingénierie et, voire même, dans l'université. En effet, les intervenants peuvent animer leurs cours d'entrepreneuriat par des témoignages de créateurs d'entreprise. Ces derniers peuvent inspirer et motiver les futurs lauréats à choisir la carrière entrepreneuriale et les incitants à exceller dans l'élaboration des meilleurs plans d'affaires et les encourager à concrétiser leurs idées de création.

En outre, et pour donner une impulsion plus forte à l'esprit d'entreprise il appartient, aux différents acteurs, de ne pas sous-estimer l'importance de la dimension socio-culturelle dans la communication sur l'entrepreneuriat. Dans ce sens, les medias peuvent jouer un rôle non

négligeable en communiquant sur des imitatives de projet réalisés et autour de quelques entrepreneurs réussis. Cette dimension aura plus d'effet si elle est accompagnée d'autres actions matérielles telles que l'organisation de concours national pour la création de projets, mise en place des compétitions annuelles pour l'élection des meilleurs entrepreneurs à qui des prix d'excellence et d'encouragement peuvent être décernés.

Par ailleurs, et afin de mieux assurer le passage de l'intention à l'action d'entreprendre, les effets bénéfiques des conditions financières et de rentabilité sectorielle, tels qu'ils ont été estimés, témoignent de leur rôle dans l'amélioration de l'environnement d'entreprendre au Maroc et plus particulièrement dans le secteur du textile -habillement.

Dans ce sens, l'Etat peut procéder à l'octroi des exonérations fiscales en matière des principaux impôt et taxes (l'Impôt sur le Revenu, l'Impôt sur les Sociétés et la Taxe sur la Valeur Ajoutée). De même que certain abattement sur les charges sociales notamment les cotisations patronales à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale, l'Assurance Maladie Obligatoire et autres charges sociales sans omettre la préparation et l'assouplissement des conditions d'investissement surtout en matière d'obtention de financement bancaire.

Bibliographie:

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioural control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32(4), 665-683.

Ahsina, K. (2012). Ten years of research in Accounting, Controlling and Audit in Morocco: a bibliographical approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* Vol. 1, No.11; July 2012.

Boissin J-P., Chollet B., Emin S. (2005), Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat - Eléments d'analyse pour l'action, Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 5-8 juin, Angers, France

Boissin, J.P., Chollet, B., Emin. S. (2005). Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état de lieux .4ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris, 24-25 novembre 2005.

Boissin, J.P., Emin, S. (2006). Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations. *Conférence internationale de management journal*, Annecy/Genève.

Emin, S. (2003). L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français. Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble2, 447 pages.

Emin, S. (2006). La création d'entreprise: une perspective attractive pour les chercheurs public? *Revue Finance ContrôleStratégie* 9(3), 39-65.

Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N. (2006). Mesure de l'effet à court terme et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des participants : importance des conditions initiales. Actes du 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Suisse.

Jarniou, C.L. (1999). Enseigner l'esprit d'entreprendre à des étudiants : réflexion autour d'une pratique de 10 ans. Actes du 1er congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Lille.

Moreau, R (2006). Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale ? Actes du 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Suisse.

Tenenhaus ,M (2005) régression logistique ; application des modèles qualitatifs aux études sociologique.

Tounès, A (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. La Revue des Sciences de Gestion, n° 219.

Tounès, A. (2003). Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale. Actes des VIIèmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'A.U.F.