

Université Abderrahmane Mira de Bejaia

Facultés des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des sciences de Gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en science de gestion

Option : Management

Thème

L'intention entrepreneuriale

**Enquête comparative auprès des étudiants des formations
entrepreneuriat et management de l'université de Bejaia**

Élaborée par :

M^{lle}. KARA Hanane

M^{lle}. KHATRI Amel

Dirigé par :

M^{me}. MAKHLOUF Tiziri

Session : septembre 2020

Remerciements

Ce travail est l'aboutissement d'un dur labeur et de beaucoup de sacrifices ; on remercie le grand dieu qui nous a maintenu en bonne santé pour mener à bien ce travail.

Nous remercions notre promotrice Mme MAKHLOUF pour ses orientations, ses conseils, et ses encouragements.

Nous remercions également, les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Nos gratitudee remerciements également aux étudiants que nous avons enquêtés.

Nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à tous les professeurs qui nous ont enseigné et qui par leurs compétences nous ont soutenu dans la poursuite de nos études.

Enfin, on remercie tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail.

Dédicaces

Ma première pensée va à mes parents, mes sœurs, qui m'ont donné le sens de la persévérance, et à qui je voue un amour incommensurable. Qu'ils retrouvent dans ce travail, aussi modeste soit-il, l'expression de mes sentiments, de mon éternelle gratitude, et ma plus profonde reconnaissance pour leurs soutiens inestimables.

À mes adorables nièces et neveu.

À mon cher Younes pour son soutien, son aide et son encouragement constant tout au long de ce travail.

À mon cher binôme Amel et son fils.

À tous ceux qui me sont chers.

À toutes les personnes qui m'ont motivé, et encouragé tout au long de mes études.

Enfin, à vous : Futurs managers.

Hanane

Dédicaces

*A mon adorable fils, pour tout l'amour, le bonheur et la joie
qu'il m'apporte au quotidien.*

*A mes chers parents, aucun hommage ne pourrait être à la
hauteur de l'amour dont ils ne cessent de me combler. Que ce
travail puisse leur traduire ma gratitude et mon affection.*

*A mon très chers époux, qui m'a toujours soutenu, épaulé et
supporté tout au long de mes études.*

A mon frère et à ma sœur, pour leur soutien et leur amour.

*A mes beaux-parents, à toute ma belle-famille et
particulièrement mon beau père pour son aide précieuse.*

*A mes grands parents, que dieu vous accorde santé et longue
vie.*

A mon cher binôme Hanane.

*A toute ma famille et à toutes les personnes qui m'ont
toujours aidé et encouragé.*

Amel

Liste des abréviations

Abréviations	Significations
ANDI	L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement
ANSEJ	L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes
CNAC	La Caisse Nationale d'Allocation Chômage
FMI	Fond Monétaire International
FNSEJ	Fond National de Soutien à l'Emploi des Jeunes
GUD	Guichet Unique Décentralisé
INES	Instituts Nationaux d'Enseignement Supérieur
L3	Licence
M1	Master 1
M2	Master 2
ONS	Office National des Statistiques
PAS	Plan d'Ajustement Structurel
PEE	Programme d'Enseignement en Entrepreneuriat
PIB	Produit Intérieur Brut
PME	Petite Moyenne Enterprise
SEGC	Sciences Economiques de Gestion et Commerciale
TPB	Theory of Planned Behavior ou (théorie du comportement planifié)

Liste des tableaux

Tableau N°	Titres	Pages
01	Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat	19
02	L'effectif de la Faculté	56
03	Le nombre des étudiants des deux spécialités	58
04	La répartition des étudiants selon le niveau d'étude	59
05	La Répartition des étudiants selon la spécialité d'étude	59
06	Le nombre des étudiants qui ont l'intention	60
07	Forme de création d'entreprise pour les étudiants qui ont l'intention	61
08	L'intention entrepreneuriale selon le sexe	61
09	l'intention selon le niveau d'étude	62
10	L'intention selon la spécialité	63
11	Le niveau d'intention des étudiants	63
12	Analyse du niveau de l'intention entrepreneuriale selon la spécialité management	64
13	Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale selon la spécialité entrepreneuriat	64
14	Analyse du délai de concrétisation de création des étudiants	65
15	Le nombre des étudiants qui ont suivi des cours hors université	65
16	Répartition selon le secteur d'activité	66
17	Le choix du secteur d'activité vis-à-vis de la formation selon les deux spécialités	67
18	Le choix d'implantation du projet	68
19	Perception quant au statut d'entrepreneur	69
20	Perception quant au statut d'entrepreneur selon les deux spécialités	69
21	Les motivations de l'entrepreneur	70

22	la réussite entrepreneuriale	71
23	l'échec de l'entreprise créé	72
24	Les facteurs influençant le développement de l'intention entrepreneuriale	72
25	La réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise	73
26	la capacité de créer une entreprise selon les deux spécialités	75
27	L'existence des entrepreneurs dans l'entourage à imiter	76
28	L'influence de l'entourage selon les deux spécialités	76
29	Les différents obstacles à la création d'entreprise	77
30	Les sources de financement pour la création d'entreprise	78
31	Analyse de l'intention de créer une entreprise selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.	80
32	La mesure de la capacité des étudiants	82
33	L'influence des PEE sur les étudiants	83
34	les techniques de formations qui influencent l'intention entrepreneuriale	84
35	L'influence des PEE sur l'intention des étudiants	84
36	L'influence d'une formation académique dans le domaine de l'entrepreneuriat	85
37	Le rôle des formations par rapport aux autres facteurs	86
38	L'impact des programmes ou de formation en entrepreneuriat	88

Listes des figures

Figure N°	Titres	Pages
01	Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat (Verstraete et Fayolle, 2005)	14
02	Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1975)	47
03	Théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)	49
04	Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)	50
05	Le modèle de l'événement entrepreneurial tel que repris par Krueger (1993)	52
06	Répartition des étudiants selon le genre	58
07	la repartions des étudiants selon la situation matrimoniale	60
08	Le choix du secteur d'activité	67
09	La capacité de créer une entreprise	74
10	Présentation des résultats relatifs aux dispositifs d'aide à la création	79
11	Les attentes concernant ces dispositifs	81
12	l'impact des formations sur l'intention entrepreneuriale des étudiants	87

SOMMAIRE

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale 1

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion

Introduction 5

Section 1 : L'entrepreneuriat : historique et évolution 5

Section 2 : La réalité de l'entrepreneuriat en Algérie..... 24

Conclusion 34

CHAPITRE II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale

Introduction 35

Section 1 : Le positionnement de l'intention dans le champ de l'entrepreneuriat..... 35

Section 2 : Modélisation de l'intention entrepreneuriale 45

Conclusion..... 53

CHAPITRE III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants des formations entrepreneuriat et management

Introduction 54

Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia (campus Aboudaou) et de la
méthodologie de recherche 54

Section 2 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête de terrain..... 58

Synthèse des résultats de l'enquête 89

Conclusion..... 90

Conclusion générale	91
Bibliographie.....	93
Annexes	97
Table de matières	103

INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale et problématique.

Le contexte mondial dans lequel nous vivons est caractérisée par sa complexité, ses perpétuels changements et son évolution constante. Ses répercussions sont visibles au niveau économique, financier, social et culturel, et tous ces changements ont engendré des crises financières, une augmentation du taux de chômage ainsi que des emplois instables.

On assiste donc à l'avènement d'une nouvelle forme de travail qui exige une pluridisciplinarité des activités ou des activités professionnelles indépendantes. Dans ces circonstances l'individu se trouve dans l'obligation de s'adapter à ce nouveau contexte qui impose de nouvelles conditions de travail. De ce fait, le travailleur actuel ou celui de demain doit être autonome, responsable et performant pour garantir son employabilité. Ceci passe par le développement des aptitudes, des attitudes et des comportements appropriés à chaque situation. Ce qu'on appelle un comportement entrepreneurial¹.

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est un « thème d'actualité » : enseignants, managers, dirigeants d'entreprises, consultants, hommes politiques, tous s'y intéressent ou presque. La volonté d'avoir un travail conforme à ses propres valeurs, la perspective d'être son propre patron sont autant de forces qui poussent un nombre croissant d'hommes et de femmes à considérer la création ou la reprise d'une entreprise comme une alternative crédible à un emploi salarié².

Ainsi, la création d'entreprise est un acte qui naît au sein d'un processus en construction. En amont de celui-ci, de multiples recherches ont tenté d'expliquer les causes qui amènent les individus à devenir entrepreneur. Dès lors, les recherches en entrepreneuriat portent un intérêt particulier aux phases en amont, pour comprendre le cheminement qui mène à l'acte d'entreprendre.

Par ailleurs, l'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial. 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.

En effet, ce concept est devenu l'objet de l'attention de nombreuses études en science de gestion, les modèles socio-psychologiques ont été la base d'une grande partie d'entre elles. Ils centrent l'intérêt de la recherche sur des facteurs plus proches du comportement

¹ KOUBA. S, SARA, Y et El OUZZANI, K, (2014) : « l'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12^e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 29,30 et 31 octobre, Agadir, p2.

² FAYOLLE.A, (2012) : « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre » 2^e Edition, Dunod, Paris, p7.

Introduction générale et problématique.

entrepreneurial. Ils traitent l'intention comme une composante motivationnelle liée à la planification et à la réalisation effective d'un comportement spécifique.

Plusieurs de ces modèles socio-psychologiques ont été proposés afin de comprendre l'intention entrepreneuriale. L'un des plus courants dans la littérature étant la théorie du comportement planifié qui s'inscrit dans la grande famille des modèles d'intention, largement mobilisé pour tenter d'expliquer l'apparition du comportement entrepreneurial, elle s'appuie sur les acquis de la théorie de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein), elle a été élaborée par Ajzen (1991)³. La théorie du comportement planifié a pour but de prédire les comportements des individus en identifiant les facteurs individuels et contextuels qui les déterminent. Selon Ajzen l'intention prédit le comportement à travers trois facteurs : l'attitude vis-à-vis du comportement, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu.

Dans le contexte algérien, l'entrepreneuriat est né grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics il y'a de cela 30 ans. C'est à partir des années 1990, suite aux changements sur tous les plans, internes et externes qui ont fait que l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire encourager et développer l'esprit d'entreprise. Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor, à savoir la liberté des entrepreneurs à créer des entreprises dans des secteurs de leur choix, et ce grâce à la levée du monopole de l'Etat sur l'activité économique et libérant les initiatives privées où l'Etat algérien a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur.

De nos jours, il n'y a quasiment aucun pays qui n'ait pas une politique volontariste de développement et de mobilisation de l'entrepreneuriat sous forme de programmes, d'outils et de structures d'aide à la création d'entreprises. Par le biais des différents dispositifs institués pour encourager les entrepreneurs à entreprendre, l'Etat Algérien de nos jours se voit comme un acteur considérable d'incitateur à l'entrepreneuriat.

A l'instar des pays voisins, l'état essaye d'intégrer un nouveau concept « l'intention entrepreneuriale » dans les universités afin d'aider les étudiants à trouver leur aventure dans le monde de l'entrepreneuriat et notamment la nécessité d'ancrer une culture entrepreneuriale au milieu universitaire en mesure de préparer de nouvelles générations d'entrepreneurs.

Par conséquent, l'université se doit de revoir ses méthodes d'apprentissage afin de permettre aux étudiants de développer leurs compétences entrepreneuriales et ainsi de garantir l'application de ces compétences sur le marché du travail. Tout en suscitant chez eux des

³ TOUNES.A, (2006) : « l'intention entrepreneuriale des étudiants : Le cas français », La Revue des Sciences de Gestion, paris, p59.

Introduction générale et problématique.

aptitudes professionnelles et personnelles telles que la prise d'initiative, l'innovation, et l'adaptation aux différentes situations.

Les gouvernements, les experts, les enseignants et les chercheurs ont compris que le développement économique ne se fera pas sans le développement de l'esprit entrepreneurial, comme ils accordent une grande importance aux croyances et attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat et sur la façon dont elles peuvent agir sur leur intention de se lancer dans ce type d'activité après leurs études.

Les chercheurs en entrepreneuriat s'accordent à signaler que l'entrepreneuriat peut être enseigné. Nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, mais on le devient. L'entrepreneuriat est un mode de comportement, c'est une attitude qui peut être encouragée, favorisée, contrarié⁴.

C'est en se basant sur ce raisonnement que nous avons décidé de mener un travail de recherche sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion.

Dans cet ordre d'idée, nous tenterons de décrire et d'expliquer les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants des sciences de gestion, suivant les programmes ou les formations. Nous nous intéressons à comprendre dans quelle mesure des programmes ou des formations en entrepreneuriat, parmi des variables personnelles et contextuelles, agissent sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. L'idée centrale de notre recherche est de comprendre l'influence du programme ou des formations en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants nous ciblons principalement deux branches pour faire une comparaison à savoir « la formation en management » et « la formation en entrepreneuriat ».

Ceci nous amène à poser la question de départ suivante : « **L'intention entrepreneuriale est-elle plus importante chez les étudiants en entrepreneuriat que ceux en management ?** »

Pour y répondre, nous nous sommes basé sur ces trois questions outils :

- Quels sont les fondements théoriques de l'entrepreneuriat et quelle est sa réalité en Algérie ?
- En quoi consiste l'intention entrepreneuriale et quels sont ses déterminants ?
- Quels sont les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants des formations entrepreneuriat et management de l'université de Bejaia ?

⁴ FIRLAS. M, (2012) : « Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes », mémoire de magistère, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, P6.

Introduction générale et problématique.

Pour ce faire, nous avons choisi les deux hypothèses suivantes :

H1 : L'intégration de l'enseignement de la formation entrepreneuriat dans les programmes des enseignements supérieur algérien en science de gestion influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

H2 : L'intention entrepreneuriale est plus forte chez les étudiantes en entrepreneuriat.

L'introduction et la problématique nous ont permis de présenter nos positionnements, pour la compréhension postérieure du travail.

Pour mener à bien notre travail nous adopterons une démarche méthodologique axée, d'une part sur une recherche bibliographique et d'autre part sur une enquête en ligne. Sur le thème de l'intention entrepreneuriale.

La présentation de cette recherche s'articule en trois chapitres :

Le premier chapitre est consacré à l'instauration du cadre théorique de la recherche sur l'entrepreneuriat. Dans la première section, nous explorons quelques définitions et approches d'un champ analysé : L'entrepreneuriat. Nous retraçons les évolutions et les approches qui délimitent ce champ. Ensuite la deuxième section qui porte sur l'entrepreneuriat en Algérie : son historique et évolution ainsi son impact sur l'économie nationale, et enfin les dispositifs et structures d'aide à la création d'entreprise.

Le deuxième chapitre traite les principales théories de l'intention entrepreneuriale issues de ces différentes disciplines. La première section porte sur des définitions, ensuite nous tenterons de délimiter notre cadre d'analyse en précisant notre position dans le processus entrepreneurial. La seconde section nous allons présenter les modélisations du processus entrepreneurial variantes.

Le troisième chapitre sera consacré à la présentation et l'analyse des résultats qui sont basée sur la distribution d'un questionnaire aux étudiants suivant les formations en management et entrepreneuriat. La première section porte sur une présentation générale de l'université de Bejaia. Dans la deuxième section nous détaillerons les motivations du choix du terrain d'investigation par rapport à la problématique de recherche. Nous exposerons aussi le processus de collecte de données, en provenance de l'enquête par questionnaire, leurs méthode d'élaboration, enfin la présentation de nos résultats et la vérification de nos hypothèses.

CHAPITRE I :
L'ENTREPRENEURIAT : UN CHAMP
D'ANALYSE EN EXPANSION

Introduction

L'entrepreneuriat a longtemps été le sujet de plusieurs recherches, de débats et un centre de conflits. Le concept d'entrepreneuriat divise plus qu'il ne réunit le corps des chercheurs, de nombreuses écoles de pensée se sont succédées pour étudier et analyser finement l'activité entrepreneuriale.

De ce fait, pour pouvoir traiter de l'intention entrepreneuriale il est nécessaire au préalable de bien comprendre ce qu'est l'entrepreneuriat, et d'approfondir certaines notions de base. L'objectif de notre premier chapitre est de préciser le positionnement théorique de notre recherche dans le champ entrepreneurial.

Dans la première section, nous parcourons quelques définitions et approches d'un concept controversé : l'entrepreneuriat. Nous retraçons les évolutions et les trois approches qui délimitent ce champ. Nous présentons ainsi la cognition entre entrepreneuriat et enseignement supérieur.

Dans la deuxième section nous aborderons le contexte entrepreneuriale en Algérie, le chômage et la création d'entreprise par les jeunes, et enfin les dispositifs et structures d'aide à la création d'entreprise.

Section 1 : L'entrepreneuriat : historique et évolution

L'objectif de cette section est de dresser un état de l'art des principaux concepts, les différents points d'entrée de la recherche en entrepreneuriat, approches et modèles théoriques relatifs au domaine de l'entrepreneuriat.

1.1. L'entrepreneuriat, l'entrepreneur et l'acte d'entreprendre : définitions

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat vise à comprendre le concept et à expliquer l'activité et la dynamique entrepreneuriale. Nous développerons, successivement, la signification de l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et l'acte d'entreprendre.

1.1.1. L'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. La recherche dans ce champ s'est développée dans les années d'après-guerre. La complexité de ce phénomène ne permet pas de le réduire à une simple définition. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

La prolifération des recherches sur le sujet, il demeure compliqué de donner une définition précise de l'entrepreneuriat. Pour cette raison, après avoir eu un regard sur les différentes constructions théoriques du champ de l'entrepreneuriat, Celles qui nous ont paru les plus pertinentes sont les suivantes :

L'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques (Thierry Verstraete)¹.

L'entrepreneuriat est le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs, leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales (Filion, 1997)².

Ce que nous pouvons retenir de ces définitions est que : L'entrepreneuriat est avant tout un état d'esprit et une dynamique d'action. L'entrepreneuriat est essentiellement défini comme un processus qui doit aboutir à la création/émergence d'un nouveau projet. Ce processus est le résultat de deux forces convergentes la première dépend des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, la deuxième dépend des conditions au sens large de création d'entreprise.

Nous retenons la conception de Fayolle qui définit **l'entrepreneuriat** simplement, par des situations particulières, créatrices de richesses économiques et sociales, caractérisées par un degré élevé d'incertitudes donc l'existence de risques, dans lesquelles des individus sont impliqués très fortement et doivent y développer des comportements basés notamment sur l'acceptation du changement et des risques associés, la prise d'initiative et le fonctionnement autonome.

1.1.2. L'entrepreneur

La notion d'entrepreneur a connu jusqu'à ce jour une évolution notoire, en parallèle avec la complexité et la complexification de l'organisation et de l'activité économique on est parti de la conception de simple individu au personnage au centre de l'activité économique. En effet, l'entrepreneur peut être perçu comme une personne orientée vers l'action ou encore comme un

¹ VERSTRAETE Thierry, (2000) : « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », dunod, Ed, EMS, paris, p12.

² LOUIS Jacques Filion, (1997) : « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol10, n°2, p156.

être innovateur. La figure de l'entrepreneur remonte à Cantillon, Elle s'étoffe avec Jean-Baptiste Say et se poursuit avec Joseph Schumpeter.

L'entrepreneur de Richard Cantillon (1755), est celui qui assume le risque d'incertain, de non-probabilité et qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut l'attendre.

Pour Jean-Baptiste Say (1803), l'entrepreneur est avant tout un preneur de risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens³.

Quant à Schumpeter (1935), il a défini l'entrepreneur comme celui qui introduit l'innovation. C'est celui qui exécute de nouvelles combinaisons, il réalise « quelques chose d'autre que ce qu'il accomplit par la conduite habituelle »⁴. Il possède un coup d'œil particulier et sait agir en dehors de la routine, il ne suit pas le chemin, il le construit, il ne suit pas un plan, il l'élabore, il apporte du nouveau qu'il n'est difficile d'imposer. L'entrepreneur doit deviner et faire preuve de créativité. Une créativité qui n'échappe pas au risque d'échouer.

Nous entendons par **l'entrepreneur** dans notre présente étude, celui qui cherche à créer une affaire afin d'en tirer le profit, et aussi celui qui cherche à être son propre employeur et doté de capacités, telles que : la créativité, la prise de risque, l'esprit d'initiative, etc.

1.1.3. L'acte entrepreneurial

L'univers de la création d'entreprise est multiforme et concurrentiel. C'est avant tout une aventure humaine risquée mais qui peut être à la portée de tout un chacun. L'entrepreneur est vu comme un auteur essentiel dans l'acte entrepreneurial qu'il faut découvrir ses motivations, ses caractéristiques psychologique, ses traits de personnalités et ses caractéristiques sociodémographiques qui le motivent à entreprendre.

Par ailleurs, parmi les motivations psychologique et caractéristiques qui se réunissent chez un entrepreneur et qui le pousse à l'acte entrepreneurial on trouve :

- Le besoin d'indépendance (être son propre patron) ; c'est le désir d'autonomie, personne ne peut avoir un contrôle décisionnel sur lui.
- Le besoin d'accomplissement de soi ; se créer un statut, une image, un projet. Rechercher la satisfaction d'un objectif d'un projet personnel.
- Le besoin du pouvoir ; avoir le sentiment de contrôle, de planifier et les autres agissent.

³ FAYOLLE .A, 2012, op cit, p10.

⁴ SCHUMPETER. J.A, (1935) : « théorie de l'évolution économique », revue économique, presses de sciences PO, édition Dalloz, Paris, p116. Disponible sur l'EURL : <https://www.cairn.info/revue-economique-2015-5-page-993.htm>

- La créativité et l'innovation ; les entrepreneurs doivent dépendre d'une réelle créativité et d'une capacité à innover, à chercher de nouvelles idées et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux produits.
- La prise de risque ; l'action d'entreprendre est entourée d'incertitude, des changements imprévus qui peuvent surgir au cours de l'investissement. Parmi les risques on trouve le risque familial, le risque financier, le risque de carrière...etc. De ce fait tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision avec tous les risques que représente ont la possibilité de devenir entrepreneur.

Que fait l'entrepreneur ? Une question principale qui doit avoir une réponse. Selon GARTNER (1988) « *la recherche sur l'entrepreneuriat devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est* »⁵.

De l'idée à l'entreprise, l'entrepreneur réalise un certain nombre d'actions telles que la création d'une activité nouvelle, la détection des opportunités, l'élaboration d'une stratégie lui permettant un meilleur fonctionnement pour la réalisation de ses objectifs. Donc l'acte d'entreprendre correspond à la création et à la transformation d'une opportunité, indépendamment des ressources directement contrôlées.

On qualifie l'acte entrepreneurial par le moment où un entrepreneur décide de se lancer en affaires. Le passage à l'acte canalise les énergies vers l'action et la mise en œuvre. C'est le moment-clé où l'entrepreneur passe du monde des **idées** au monde des **actes**, deux mondes parallèles. Dans le premier on a le contrôle, dans le second aucun.

Nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et l'acte entrepreneurial. Par la suite nous allons présenter les différentes formes de l'entrepreneuriat.

1.2. Diversité des situations entrepreneuriales

Dans ce point nous aborderons les principales formes de l'entrepreneuriat, qui sont la création d'entreprise, reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat. Chaque forme entraîne des exigences et conséquence importantes au niveau du profil⁶.

1.2.1. Création d'entreprise

La création d'entreprise est un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de la variété des types d'entreprises créées et de la diversité des types d'entrepreneurs. Il est possible de distinguer quelques situations typiques et d'en souligner les applications principales en

⁵ DANJOU. I, (2002), «l'entrepreneuriat, un champ fertile a la recherche de son unité», revue française de gestion, n°138, Paris, p115.

⁶ FAYOLLE. A, 2005, « introduction à l'entrepreneuriat », dunod, paris, p40.

termes de profil d'individu. Nous allons de ce fait présenter les différentes formes de création d'entreprise⁷ :

➤ **Création ex-nihilo**

Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité.

Autrement dit une création ex nihilo est de créer une entreprise à partir de rien, c'est-à-dire que rien n'existait auparavant ni entreprise mère ni reprise d'entreprise ni rachat de fonds de commerce. L'idée d'innovation doit être nouvelle, ce qui exige donc un degré d'innovation très élevé. Changer les façons de faire pour mieux faire vendre son produit et de se faire distinguer des autres concurrents pour assurer son positionnement sur le marché.

➤ **Création par essaimage**

L'essaimage est le soutien apporté par les entreprises à leurs salariés dans le but d'une création d'entreprise ou de reprise d'entreprise. Le salarié bénéficie donc de l'aide et le conseil d'une entreprise expérimenté pour l'accompagner dans cette nouvelle aventure. Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

➤ **Création par franchise**

Elle met en relation un franchiseur, une entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette mentalité, et un franchisé, un individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. Ce type de création, consiste d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donnée. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propre ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

⁷ Fayolle. A, (2005), op.cit., P41.

En d'autres termes, une création par franchise consiste en une collaboration entre deux entreprises juridiquement et financièrement indépendante l'une de l'autre (le franchiseur et le franchisé). Le franchisé acquiert auprès du franchiseur le droit d'utiliser son enseigne /marque et son savoir-faire, le franchiseur quant à lui reste propriétaire de la marque/enseigne et du savoir-faire et est rémunéré par le franchisé selon ce qui a été convenu dans les clauses du contrat.

➤ **Création de filiale**

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir, à condition de pouvoir y accéder, à celui qui veut entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause la situation personnelle et familiale. C'est-à-dire qu'on octroi aux entrepreneurs hésitants de se lancer dans un projet entrepreneuriale l'opportunité de le faire tout en limitant les risques personnels.

➤ **Création d'activité nouvelle**

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait d'avantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover.

1.2.2. La reprise d'entreprise

Reprendre une entreprise signifie qu'une personne ou un groupe de personnes rachète le capital ou une grande partie du capital d'une entreprise déjà existante, l'avantage principal de la reprise d'entreprise c'est l'appui sur un actif existant qui va réduire fortement la probabilité d'échec et le taux de défaillance.

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur les données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, d'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risques beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante⁸.

⁸ Fayolle. A, (2005), op.cit., P42.

1.2.3. L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat consiste à entreprendre dans le cadre de l'organisation existante. Des projets stratégiques et des projets d'innovation peuvent être développés, dans les grandes entreprises, sans qu'il y ait nécessairement une création d'entreprise ou la création d'une nouvelle organisation. Certaines entreprises peuvent présenter culturellement et collectivement des comportements entrepreneuriaux.

Les situations d'intrapreneuriat sont nombreuses et également très variées. Ce qui ressort, comme dénominateur commun, c'est qu'il est possible d'entreprendre, pour un individu sans qu'il y ait une prise excessive de risques personnels et sans perte ou modification profonde d'un statut social.

Nous retenons, l'intrapreneuriat est une démarche d'entrepreneuriat qui vise à accompagner les porteurs de projets innovant qui naissent au sein de l'entreprise (généralement de grande taille), ainsi elle permet de valoriser la prise d'initiative et de risque des salariés qui deviennent alors des intrapreneurs.

Les recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat ont connu trois grandes tendances que l'on peut distinguer dans l'axe du temps.

1.3. La trilogie de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat

La recherche en entrepreneuriat s'est développée autour de l'entrepreneur, les approches fonctionnelles (What) des économistes, l'approche centrée sur les individus (Why and Who). Ces dernières années, on assiste à l'émergence d'une approche complémentaire qui peut être qualifiée d'approche par les processus (How). Chronologiquement, nous présentons l'évolution des recherches en entrepreneuriat comme suite :

1.3.1. Approche fonctionnelle ou approche économique

Historiquement, la figure de l'entrepreneur est réservée aux sciences économiques. Et ce depuis début du 18ème siècle. La paternité de ce concept est communément attribuée à Richard Cantillon qui définit l'entrepreneur comme un individu preneur de risque qui mobilise des ressources dans l'anticipation d'un bénéfice futur de son activité.

L'entrepreneur au 19ème siècle devient l'agent pivot de tout système de production et de distribution que J.B Say définit comme l'agent doté du bon jugement. L'entrepreneur est l'agent qui maîtrise le sens des affaires et l'art d'entreprendre, c'est-à-dire l'art d'employer le plus utilement possible le capital et le travail⁹.

⁹ DIDIER.V, (1999) : « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs », document de travail réalisé dans le cadre de la "Chaire PME 1995" " de la caisse nationale du crédit professionnel, Belgique, p7.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

Au début du 20^{ème} siècle, une distinction majeure, issue des travaux de Frank Knight sur les concepts de risque et d'incertitude, va avoir un impact significatif sur la théorie de l'entrepreneur. Chez Knight, le concept de risque fait référence à une situation où l'occurrence d'un événement est probabilisable contrairement au concept d'incertitude où la probabilité de réalisation de l'évènement est inconnue. Cette distinction fondamentale conduit à penser l'action de l'entrepreneur non pas dans un univers risqué, mais dans un monde incertain¹⁰.

Dans ce contexte, Joseph Schumpeter va définir l'entrepreneur comme un innovateur. Il est un agent capable de briser les routines et traditions de consommation en combinant autrement les ressources, en réorganisant la firme ou en introduisant de nouveaux intrants. Schumpeter définit ainsi le processus de destruction créatrice selon lequel la concrétisation d'idées nouvelles, si elles rencontrent le succès, entraîne l'abandon de certaines, pratiques ou consommations intermédiaires et certains biens au profit de nouveaux. À terme, ce processus entraîne la dynamique de création de richesses et le développement des économies. Contrairement aux autres agents, l'entrepreneur exhibe un comportement de leader aux prévisions prédictives et à l'imagination visionnaire, qu'accompagne un comportement innovant plutôt que routinier pour répondre à l'incertitude.

Face à cette approche, Israël Kirzner, présente le renouveau de la théorie de l'entrepreneur en une synthèse des apports de Knight (l'incertain), Say (l'organisation de la production) et de Schumpeter (l'innovation). Kirzner définit donc l'entrepreneur comme un agent doté d'alternité, à savoir une acuité particulière à percevoir les gains et la capacité de les saisir.

Par ailleurs, Peter Drucker nous fournit la plus courte définition de l'entrepreneur : « Les entrepreneurs innoverent ». Il considère donc l'innovation comme l'outil spécifique des entrepreneurs, le moyen par lequel ils exploitent le changement comme une nouvelle opportunité de profit.

Cette difficulté liée à la définition de ce concept a conduit certains auteurs à parler de paradigme. De ce fait, Fayolle et Verstraet (2005), ont proposé quatre paradigmes pour la recherche en entrepreneuriat à savoir : le paradigme de l'opportunité d'affaires, le paradigme de création d'organisation, le paradigme de création de valeur et le paradigme de l'innovation¹¹.

¹⁰ FACCHINI.F, (2007) : « Entrepreneur et croissance économique : développements récents », revue d'économie industrielle, 3^{ème} trimestre, n°119, France, p3.

¹¹ VERSTRAETe.T et FAYOLLE.A, (2005) : « Paradigmes, et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, Vol 4, n°1, France, p34, disponible sur l'EURL : https://www.researchgate.net/publication/242749974_Paradigmes_et_entrepreneuriat.

1.3.1.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaires

Au sens de ce paradigme, le concept d'opportunité constitue la base de recherche en entrepreneuriat. En effet, les tenants de ce courant de pensée définissent l'entrepreneuriat comme une recherche d'opportunité et une détection des occasions d'affaires génératrices de valeur. Schumpeter souligne l'importance de l'innovation qui constitue l'entrepreneuriat, tandis que Kirzner met en évidence l'importance de la découverte de l'opportunité dans les marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit.

D'un autre côté, Shane et Venkataraman définissent l'entrepreneuriat comme processus par lequel des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées par des individus. Ainsi pour Timmons entreprendre suppose un état cognitif conduisant une personne à agir conformément au type d'action qu'appelle l'acte correspondant, à partir d'une idée et de la détection ou de la construction d'opportunités d'affaires¹². Par contre pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

1.3.1.2. Le Paradigme de création d'organisation

Selon ce paradigme, l'entrepreneuriat est entendu comme le processus qui conduit à l'apparition d'une nouvelle organisation. C'est-à-dire le phénomène qui consiste à créer et organiser de nouvelles activités. Selon Gartner qui est réputé le chef de file à débattre ce paradigme, l'apparition d'une nouvelle organisation est la conséquence d'un processus d'émergence organisationnelle. La nouvelle organisation comprend quatre dimensions : l'environnement, l'individu, la firme et le processus entrepreneurial. De ce fait, la composante la plus importante autant que le nombre de variables utilisées par plusieurs chercheurs qui définissent une nouvelle entreprise par l'entrepreneur est la dimension environnementale.

1.3.1.3. Le paradigme de création de valeur

Le postulat de ce paradigme repose essentiellement sur les enjeux économiques et sociaux apportés par l'entrepreneuriat. En effet, ce dernier est souvent considéré comme créateur de richesse et d'emploi pour la nation. Dans ce contexte, Bruyat a énoncé que l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur. Cette relation s'inscrit dans une dynamique de changement où l'individu est à la fois acteur de la création de valeur dont il détermine les modalités et objet de la création de valeur

¹² KOURAICHE.N, (2018) : « Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignement Supérieur en Algérie », Revue académique des études humaines et sociales, Université Hassiba ben Bouali, Chlef, p41.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

qui, par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.), le détermine et est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitude, etc.).

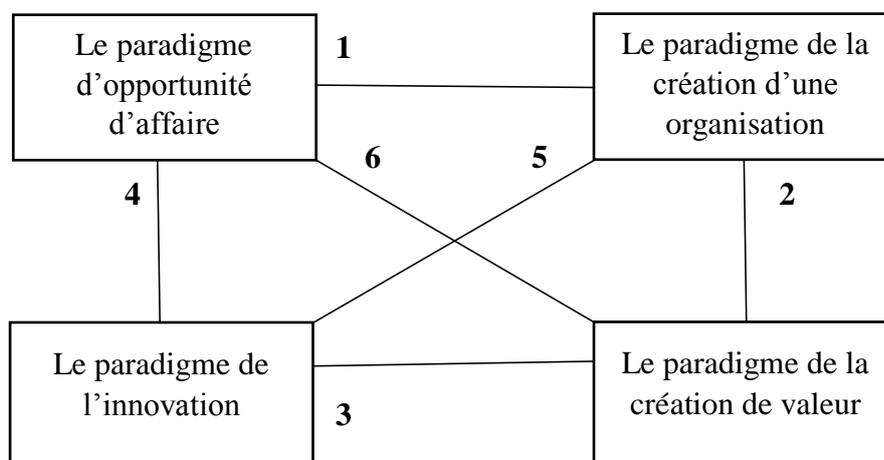
1.3.1.4. Paradigme de l'innovation

Le paradigme de l'innovation trouve ses origines dans l'œuvre de Schumpeter et plus récemment dans les ouvrages de Drucker pour qui l'innovation est la fonction spécifique de l'entrepreneuriat et le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent. Julien et Marchesnay affirment que l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou vendre. La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur de développement économique.

1.3.1.5. Le lien entre les quatre paradigmes

Il n'est pas évident ni aisé d'analyser les corrélations possibles entre les paradigmes. Gartner montre que le concept de l'entrepreneuriat est fortement en corrélation étroite avec les paradigmes de la création d'organisation, de l'innovation, de la création de valeur et de l'opportunité¹³. Pour illustrer cette idée de liens, nous avons élaboré un schéma simple :

Figure n°1 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : VERSTRAETE T et FAYOLLE A, 2005, « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, P44.

¹³ JAZIRI.R, (2009) : « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis», le 3-4 et 5 Avril, Gafsa, Tunisie, p15.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

Cependant, VERSTRAETE et FAYOLLE ont mis en évidence six liens qui peuvent être présentés de la façon suivante¹⁴ :

Lien 1 : Pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, d'une façon ou d'une autre, de s'organiser. Les ressources diverses se cristallisent en une organisation (processus et/ou son résultat) ;

Lien 2 : l'organisation ne peut exister durablement (et l'entrepreneur conserver son statut par rapport à cette organisation-là) sans fournir à ses parties prenantes la valeur qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaires à son fonctionnement ;

Lien 3 : la création de nouvelle valeur et l'innovation sont des notions difficilement indissociables par ce que l'innovation réussie est toujours une source de valeur nouvelle, par contre la création de valeur nouvelle n'a pas systématiquement une innovation comme source unique. La création de valeur est reliée à l'innovation et à la création d'avantages concurrentiels durables ;

Lien 4 : les opportunités qui sont le fruit d'innovation qui produisent de nouvelle croissance, une innovation peut répondre à la construction d'une opportunité sur le marché (la présentation d'un nouveau produit ou service) ;

Lien 5 : toute exploitation d'une innovation, à l'instar d'une opportunité, appelle une organisation et l'existence de celle-ci favorise les interactions créatives nécessaires à l'innovation ;

Lien 6 : une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée (l'identification peut renvoyer à la détection, à la construction ou à la combinaison des deux).

A la suite de cette présentation, nous exposons un second angle de vue permettant d'aborder l'entrepreneuriat : l'approche centrée sur les individus.

1.3.2. L'approche centrée sur les individus

Cette seconde approche, à compter des années 1970, marque un tournant théorique dans l'histoire de l'entrepreneuriat. Elle voit émerger un courant de recherche fondé sur le behaviorisme. La question emblématique de ces recherches est "Qui est l'entrepreneur ?"¹⁵.

M. WEBER est sans doute le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-

¹⁴ VERSTRAETE T et FAYOLLE A, 2005, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, vol 4, n°1, France, P44.

¹⁵ MOULOUNGUILM, (2012) : « processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », thèse de doctorat en psychologie du travail et des organisations, processus de différenciation et intégration, université de Lille 3, France, p 15.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

ci a été révélée par la psychologie et plus précisément par les travaux de Mc CLELLAND, au début de la décennie 60 ; cet auteur est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus et leur environnement. Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui-même trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement et avance l'hypothèse que ce trait psychologique est assez stable. Combiné aux caractéristiques de l'environnement, il prédispose les individus à choisir des carrières entrepreneuriales les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues, elles-mêmes de réels objets d'analyse.

L'approche centrée sur les individus vise à produire des connaissances sur les compétences et les caractéristiques de l'entrepreneur. Les points à l'origine de multiples recherches sur les caractéristiques personnelles du créateur étaient : ses origines, sa formation, son sexe, etc. De ces travaux, Parmi les traits de personnalité cités dans la littérature : le goût de risque, le besoin d'accomplissement, le besoin de pouvoir, la créativité, l'innovation, le besoin d'indépendance et d'autonomie. Malgré une vaste littérature consacrée aux caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, il est toujours possible de recenser de nouveaux traits de personnalité de ces entrepreneurs mais il est impossible de définir un profil type de l'entrepreneur. En effet, il n'y a pas d'entrepreneur typique¹⁶.

Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques). L'entrepreneur et le non entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts¹⁷.

Vers le début des années 90, un grand débat a animé la communauté des chercheurs en entrepreneuriat. Il concernait la critique des approches focalisées sur les traits de personnalité (Approche descriptive) et celles centrées sur les comportements (approche comportementale).

Une réponse est donnée par Stevenson et Jarillo (1990) qui estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneuriat) en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Ce constat, de plus en plus partagé, a conduit les chercheurs à s'intéresser à l'étude des processus entrepreneuriaux¹⁸.

¹⁶ CACHON, J.C, (1992) : « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Revue du Nouvel Ontario, n° 13, Québec, Canada, p16.

¹⁷ BASSO .O, (2006) : « Le manager entrepreneur : entre discours et réalité, diriger en entrepreneur », Pearson Education, France, p15.

¹⁸ BENATA.M, (2014), « influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie », thèse de doctorat en sciences économiques, université de Tlemcen, p38.

1.3.2. Approche processuelle

Depuis le début des années 90, les recherches en entrepreneuriat changent d'orientation pour s'intéresser désormais au processus entrepreneurial. En effet, de nombreux auteurs ont affirmé qu'il est réducteur de limiter l'étude du phénomène entrepreneurial en se référant à quelques traits de personnalité (approche descriptive) ou à des comportements (approche comportementale). Il paraît important de s'ouvrir à de nouvelles perspectives de recherche qui prennent en considération l'aspect dynamique et processuel de l'entrepreneuriat. Autrement dit, les recherches en entrepreneuriat ne sont plus centrées sur l'entrepreneur et ses traits de personnalité mais plutôt sur le processus entrepreneurial.

Si l'approche descriptive cherche à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans l'économie et la société, si l'approche comportementale explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les situant dans leurs contextes spécifiques, la démarche processuelle a pour objet d'analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux¹⁹.

La Notion de processus entrepreneurial a été développée par plusieurs chercheurs en entrepreneuriat : Gartner (1990), Shane et Venkateraman (2000), Reynolds(2000), Bygrave et Hofer (1991), etc.

Gartner définit le processus entrepreneurial comme étant le processus qui précède la création d'une organisation, Il commence par l'initiation c'est-à-dire le moment où l'entrepreneur décide de créer une entreprise et se termine par l'établissement c'est-à-dire la création de l'entreprise. D'un autre côté, Shane et Venkataraman, définissent le processus entrepreneurial comme étant le processus d'identification et d'exploitation d'une opportunité. Contrairement à Gartner, ces auteurs se sont intéressés aux étapes du processus entrepreneurial qui précèdent « l'initiation » au sens de Gartner le processus entrepreneuriale est constitué de trois phases fondamentales, à savoir : l'existence ou l'apparition de l'opportunité, l'identification de l'opportunité et l'exploitation de l'opportunité²⁰.

¹⁹ TOUNES.A, (2003), « L'intention entrepreneuriale : Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE », Thèse doctorat en sciences et gestion, Université de Rouen, Paris, p35.

²⁰ DIAMANE.M, KOUBAA.S, (2016) : « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », papier conférence 2ème colloque international sur l'entrepreneuriat et le développement des PME dans le monde, Casablanca, Maroc, p5-6.

- **L'existence ou l'apparition de l'opportunité** : Shane et Venkatraman considèrent que les opportunités sont des phénomènes objectifs dont l'existence est indépendante de leur découverte par l'entrepreneur, ce qui justifie la prise en compte de leur apparition comme étant une étape à part entière dans le processus entrepreneurial.
- **L'identification de l'opportunité** : La reconnaissance d'une opportunité suppose la possession des habilités de perception, d'un esprit alerte et d'un comportement orienté vers la recherche d'information.
- **L'exploitation de l'opportunité** : Durant cette phase, l'entrepreneur doit mettre en place les actions nécessaires pour concrétiser son projet de création d'entreprise. Cette phase est caractérisée par une grande incertitude et un haut degré d'ambiguïté.

Durant cette étape, les actions de l'entrepreneur sont orientées principalement vers l'acquisition des ressources aussi bien matérielles (financement, machines, etc.) qu'immatérielles (capital social, information, etc.).

Malgré les apports de l'approche processuelle, elle reste incomplète et limitée. L'une des principales limites de l'approche processuelle est qu'elle se focalise sur l'étude de la période de gestation du projet d'entreprise et néglige l'étude de l'occurrence de l'événement entrepreneurial et l'identité du créateur. En effet, il est absurde de parler de la création d'entreprise en négligeant l'individu qui donne naissance à l'organisation, à savoir le créateur.

1.3.4. La vue synthétique du champ de recherche en entrepreneuriat

La vue synthétique inspirée des travaux de Filion et Landstrom ; nous présente les principales disciplines qui s'intéressent (ou se sont intéressées) à l'entrepreneuriat et leurs liens avec des objets et des questions de recherche. Elle permet, entre autre de visualiser des évolutions et des déplacements d'intérêt au niveau de la recherche. Ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est, d'une part, la réorientation du centre focal, qui s'est déplacé de l'individu vers le processus, et le passage d'une épistémologie clairement positiviste à des épistémologies plus nuancées s'ancrant parfois dans des courants constructivistes d'autre part²¹.

²¹ Fayolle. A, (2005), op.cit., P16.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

Tableau n° 1 : vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat

Question principale	What (approche fonctionnelle)	Who/Why (approche sur les individus)	How (approche sur les processus)
Échelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique Principal	Économie	Psychologie, Sociologie, Psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
Objet d'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, Traits des individus, et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme, Sociologie Compréhensive	Constructivisme Positivisme
Méthodologie	quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue/ ne joue pas un rôle important Dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par...)	État, collectivités territoriales, responsables économiques	Entrepreneurs, Entrepreneurs potentiels Système éducatif, Formations	Entreprises, Entrepreneurs, Entrepreneurs potentiels, Éducateurs et formateurs, Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : A. Fayolle, introduction à l'entrepreneuriat, éd. Dunod, Paris, 2005, P, 17.

1. 4. La place de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur

Aujourd'hui, tout le monde admet que l'entrepreneuriat s'apprend et peut faire l'objet d'un enseignement. De prime abord, L'entrepreneuriat a été considéré comme étant un des facteurs fondamentaux de la production et des services, en plus du capital, du travail et des ressources naturelles. Dans le monde contemporain, on pense que l'encouragement des activités entrepreneuriales est la clé du développement économique.

L'entrepreneuriat est présent dans tous les domaines de l'activité humaine, de l'économie à la culture, à l'éducation, aux sports, etc. Il est désormais acquis que le système éducatif doit consacrer une place à part entière à l'enseignement de l'entrepreneuriat afin d'améliorer les aptitudes d'adaptation des individus et des organisations à un environnement de plus en plus globalisé, caractérisé par son incertitude et sa complexité. En effet, l'enseignement de l'entrepreneuriat commence à prendre de plus en plus de place. Ceci peut être justifié par le nombre de recherche et de chercheurs, le nombre des programmes enseignés, les chairs spécialisées et les établissements universitaires spécialisés dans ce domaine spécifique²².

Les petites et moyennes entreprises (PME) offrent la plupart des nouvelles places de travail dans toutes les économies, à la fois dans les pays développés et moins développés. Elles sont les moteurs de l'innovation, et du fait de leur flexibilité, elles peuvent s'adapter aux défis permanents du monde en changement, plus rapidement et de manière plus efficace. De cette manière nous arrivons aux universités, qui sont les meilleurs endroits pour l'innovation, ainsi que des endroits naturels pour la rencontre entre les savoirs et la pratique. Mais la réflexion sur le transfert des savoirs n'est pas la seule dimension de l'esprit entrepreneurial des universités.

L'entrepreneuriat est beaucoup plus que le transfert des savoirs et la capacité de démarrer sa propre compagnie. C'est plutôt un phénomène culturel et les universités sont aussi des lieux de la culture. Comme dans tout autre domaine, l'entrepreneuriat peut caractériser toute université.

De ce fait, Fayolle et Filion ont proposé une conception de l'entrepreneuriat en le liant avec la problématique de l'éducation. Ces deux auteurs constatent que le concept d'entrepreneuriat est lié à trois registres différents : le mode de pensée, les comportements, les situations. Ces registres concernent deux dimensions de l'action organisée ; à savoir une dimension

²² ELOUAZZANI.K, KOUBAA.S, YASSINE.S, (2014) : « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12eme Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 29, 30 et 31 octobre, Agadir. P7.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

individuelle et une dimension collective. Ainsi l'entrepreneuriat peut s'adresser à un individu, à un groupe, à une entreprise, à une autre organisation (association, administration publique) ou même à la société dans son ensemble²³.

L'enseignement de l'entrepreneuriat dans le contexte universitaire occupe une place de choix. Ceci se traduit par la diversité de l'offre de formation des programmes, qui répondent à des fins multiples. Il contribue à l'épanouissement de l'individu par le développement du goût d'entreprendre. Il stimule l'esprit d'entreprendre. Il participe à l'amélioration de l'image de l'entrepreneuriat à travers la création d'entreprise. Il valorise le rôle de l'entrepreneur dans la société. Il incite à la création d'entreprise. Enfin, il participe à l'amélioration et à la pérennisation des entreprises créées.

Nous observons que l'enseignement d'entrepreneuriat d'une part, il est vu comme un moyen de développement des pratiques entrepreneuriales, et d'autre part, comme une méthode universitaire pour développer les attitudes, les perceptions et les mentalités entrepreneuriales.

Après avoir traité l'enseignement de l'entrepreneuriat, nous allons présenter les trois niveaux d'apprentissages des programmes de formation.

1.5. Niveau d'intervention des programmes de formation en entrepreneuriat

Suite à l'étude réalisée par Fayolle et Filion au sujet de l'offre de formation en entrepreneuriat, il a été question de mettre en exergue trois niveaux d'apprentissage des programmes de formation :

1.5.1. La sensibilisation et l'initiation à l'entrepreneuriat

À ce niveau, il s'agit de sensibiliser les étudiants à la création d'entreprise et de leur inculquer l'existence d'autres voies professionnelles exploitables au cours de leur carrière. Ce type de programme permet de stimuler les facultés comme la créativité et esprit d'initiative. De plus, il aide les étudiants à développer leur autonomie leurs prises d'initiative.

L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les établissements d'enseignement supérieur algériens est récent. Dans notre cas les actions prises par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique au sein de l'université Abderrahmane Mira- Bejaia

²³ FAYOLLE.A, FILION.J.L, (2006) : « Devenir entrepreneur : Des enjeux aux outils », Pearson Education, France, Paris, p12-14.

pour promouvoir l'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial chez les étudiants à travers l'enseignement sont :

- L'introduction de la spécialité « Entrepreneuriat », qui est une offre de formation en licence et master destinée aux étudiants de sciences de gestion.
- L'introduction du module « Entrepreneuriat » dans le cursus de formation. Il a pour objectif de sensibiliser les étudiants à la création d'entreprise, de mettre en avant l'esprit entrepreneurial et de les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme alternative de carrière.

1.5.2. La formation à la création d'entreprise à la gestion de projet à la PME

L'objectif escompté, à travers ce type de formation, est de transmettre des connaissances spécifiques à la création d'entreprise. Ce type de programme prépare également les bénéficiaires de la formation aux différentes situations professionnelles auxquelles ils peuvent être confrontés. Il va sans dire, que ce niveau d'intervention vise la spécialisation des étudiants dans les domaines d'activités de l'entrepreneuriat et de les inciter à la création d'entreprise.

Après l'introduction du module « Entrepreneuriat » dans les programmes de formation, nous citerons la formation professionnelle ainsi que La maison de l'Entrepreneuriat car au-delà de son rôle de sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat elle a aussi pour rôle de former. Les thèmes de formation généralement portent sur la création et la gestion d'entreprise et culture entrepreneuriale. L'objectif doit être de former les étudiants et de les préparer à des situations professionnelles futures à travers la mise en place d'enseignements spécifiques dans le domaine de l'entrepreneuriat ou de la création d'entreprise afin de préparer les jeunes diplômés, à franchir le pas vers la création de leur propre micro-entreprise²⁴.

1.5.3. L'accompagnement des porteurs de projets

La finalité de ce niveau d'intervention est l'accompagnement et le suivi des porteurs de projets. Il s'agit d'une formation personnalisée, orientée vers les besoins du projet de création d'entreprise, aide à la recherche des partenaires et des financements nécessaires, encadrement sur le plan scientifique, technique et technologique, et support psychologique.

Dans ce qui concerne notre étude, nous pouvons parler sur la maison de l'entrepreneuriat, sa démarche vise à regrouper et rapprocher les différents partis qui œuvrent dans

²⁴ KOURAICHE.N, op cit, P47.

l'environnement de l'entreprise (banques, impôts, assurances...) elle a pour objectif de préparer les étudiants à franchir le pas vers la création d'entreprise à travers les différents dispositifs mis par l'état, l'ANSEJ, ANDI, CNAC, etc. Étant donné, qu'ils sont les canaux principal par lequel passent les jeunes algériens avant de se lancer dans l'entrepreneuriat. En effet, Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise.

La formation à l'entrepreneuriat doit principalement viser à développer les capacités entrepreneuriales et l'esprit d'entreprise. Dans cette optique, les programmes de formation à l'entrepreneuriat peuvent avoir différents objectifs, effets et impacts.

1.6. De l'université a l'entreprise : les effets, impacts et enjeux des programmes de l'enseignement de l'entrepreneuriat

La recherche combinant l'enseignement et l'entrepreneuriat n'est pas un fait récent. Mc Clelland est le pionnier à s'y être intéressé. D'une part l'entrepreneuriat participe plus ou moins directement à la création de valeur et à la création d'emplois d'une part, et le système éducatif a un rôle primordial à jouer pour la promotion d'un environnement entrepreneurial d'autre part, à l'évidence l'enseignement de l'entrepreneuriat constitue un sujet de recherche et de travail à développer, qu'il s'agisse du rôle des institutions de formation, des méthodes et outils à l'usage des formateurs et utilisateurs, du contenu et des formes des programmes pédagogiques²⁵.

La visée d'une formation en entrepreneuriat n'est pas uniquement de révéler des potentiels. Toute personne suivant une formation en entrepreneuriat ne se transformera pas obligatoirement en entrepreneur, mais aura un aperçu de ce que représente un entrepreneur, ce qui lui facilitera le travail avec ce dernier (qu'on soit banquier, salarié...). Être formé à l'entrepreneuriat semble même être une condition pour véritablement contribuer au développement d'un esprit d'entreprise.

1.6.1. Les effets et l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat

Un peu partout dans le monde l'intérêt des étudiants vis-à-vis des carrières et des situations entrepreneuriales s'accroît. Cela va de pair avec le désintérêt progressif relevé à propos des situations professionnelles traditionnelles proposées par les grandes entreprises. Les orientations et le comportement des étudiants et des jeunes diplômés sont influencés par de nombreux facteurs, personnels et liés à leurs environnements.

²⁵ SAPORTA.B, et VERSTRAETE.T, (2000), « Réflexions sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en science de gestion des universités françaises », Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat, France, Lille, p5-6.

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

Quelques travaux empiriques montrent que les programmes de formation en entrepreneuriat et l'image diffusée à l'intérieur des universités par des créateurs d'entreprises encouragent les étudiants à s'orienter vers cette voie professionnelle.

L'enseignement et la formation en entrepreneuriat influencent les comportements des étudiants et leurs intentions. En d'autres termes il existe des différences significatives entre les étudiants qui ont suivi des programmes d'enseignement dans ce domaine et d'autres qui ne les ont pas suivis.

1.6.2. Les enjeux de l'enseignement de l'entrepreneuriat

Nul ne conteste aujourd'hui que l'enseignement de l'entrepreneuriat a pris beaucoup d'importance. Cependant, l'enseignement, seul, ne peut certes pas expliquer les propensions à entreprendre d'une population, mais qui relèvent précisément de la responsabilité d'un établissement universitaire²⁶.

La prise de conscience d'une formation préalable pour éviter des erreurs grossières dues à l'inexpérience, a été une avancée notable de ces vingt dernières années dans les formations Européennes à la gestion Hernandez et Marco. Durant, ces auteurs remarquent qu'il y a absence de cours spécifiquement consacrés à la décision entrepreneuriale. Les cours les plus fréquents correspondent à une vision plus « classique » des fonctions de l'entreprise. Plusieurs interrogations suscitent notre intérêt relevant du champ de l'entrepreneuriat et des sciences de gestion.

L'entrepreneuriat est sans doute un champ de recherche à part entière, malgré sa vision archaïque il reste un sujet et un domaine de recherche toujours d'actualité. L'entrepreneuriat n'est pas seulement un fait, mais un état d'esprit et une discipline qu'on cherche à inculquer et à enseigner aux étudiants afin de les aider à se projeter dans une vie professionnelle plutôt entrepreneuriale.

Section 2 : La réalité de l'entrepreneuriat en Algérie

Cette section est pour principal objet d'exposer l'entrepreneuriat en Algérie. A cet effet, nous allons présenter les différentes réformes entreprises par le gouvernement Algérien, évolution et croissance de l'entrepreneuriat et son impact sur l'économie algérienne. Nous évoquerons ainsi l'entrepreneur algérien et les facteurs qui incitent les jeunes diplômés à la création d'entreprise.

²⁶ VERSTRAETE.T, (2000), op cit, p11.

2.1. Evolution historique de l'économie Algérienne

Suite à la crise qu'a connue l'Algérie pendant les années 80 et l'intervention du Fond Monétaire International dans l'économie algérienne, plusieurs réformes ont été entreprises (réformes financières, économiques, juridiques, etc.)²⁷.

Nous allons essayer d'expliquer à travers différentes périodes les réformes qu'a connues l'économie algérienne.

➤ **1979 à 1987 : crise et restructuration**

Au début des années 1980, l'économie algérienne commence à être restructurée, et l'aggravation de la crise économique en Algérie à la suite du choc pétrolier dès 1986. La baisse régulière du prix du pétrole amorcée au milieu de l'année 1985 s'est accélérée durant l'année 1986. Le niveau des prix atteint son plancher et dévoile brutalement les dysfonctionnements structurels de l'économie. La chute du prix du pétrole de 40% réduit à néant les illusions de la puissance du potentiel industriel algérien et révèle la dépendance et la fragilité d'un système construit sur la seule performance du secteur des hydrocarbures.

➤ **1988 à 1993 : crise et privatisation**

La baisse du prix des hydrocarbures de 1985/1987 a eu des conséquences néfastes sur le plan social et économique du pays. La crise politique de 1988, les résultats des élections de 1991 et leur annulation plongea le pays dans une faille sans précédent, une période très difficile d'insécurité et de désordre économique. L'obtention d'une aide financière du (FMI) Fonds Monétaire International et les mesures qui lui sont associées en renforcés quelque peu l'urgence des réformes.

➤ **1994 à 2000 : programme d'ajustement structurel**

Au début de l'année 1994, le passage d'une économie dirigée à une économie de marché est confronté par la dévaluation du dinar algérien, la libéralisation du commerce extérieur, la liberté des prix et le rééchelonnement de la dette extérieure. En situation de cessation de paiement, le gouvernement demande le rééchelonnement de sa dette extérieure et doit négocier un programme d'ajustement structurel avec le (FMI) et la banque mondiale (1994-1998). Les discussions achoppent alors sur les questions du secteur public, sa restructuration et sa privatisation, sur le rôle de l'État en tant qu'acteur économique ainsi que sur la libéralisation du commerce extérieur. Mais le faible pouvoir de négociation d'un régime sans légitimité l'amène à accepter des mesures standard d'ajustement structurel sans continuité avec le

²⁷ MAHMOUD.S, (2016) : « Aperçu sur l'économie algérienne de 1962 à 2015 », WordPress, article concernant le passé, le présent et le futur de l'économie algérienne, disponible sur l'EURL : https://www.lemaghreb.dz.com/?page=detail_actu&rubrique=Nation&id=96241.

processus de réforme préalablement engagé. A partir de ce moment, la transition sera largement soumise aux exigences du PAS.

➤ **2000 à 2015 : libéralisation du secteur des hydrocarbures**

Malgré la hausse continue du prix du pétrole dans les années 2000, les autorités, bien décidées à ne pas réitérer la malheureuse expérience des années 1985-90, ont maintenu le cap d'une politique monétaire et budgétaire stricte. Par ailleurs, la priorité est mise sur la valorisation accélérée des ressources énergétiques. Le 20 mars 2005, une loi visant à attirer les entreprises étrangères les plus compétitives libéralise le secteur des hydrocarbures, plaçant la Sonatrach en compétition directe avec les firmes multinationales. Cette loi sera cependant révisée en 2007, et l'entreprise nationale retrouvera certains de ses privilèges. Après un modeste programme triennal, un plan quinquennal de relance de l'économie (2005-2010) est annoncé. Encouragées par la situation financière florissante du pays (62 milliards de dollars de réserves de change fin mars 2006), le gouvernement profitait de la manne pétrolière pour poursuivre le remboursement par anticipation de la dette extérieure²⁸.

➤ **2015 à ce jour**

L'économie algérienne, dépend principalement des recettes en devises provenant de la seule ressource à savoir les hydrocarbures. Cette économie se voit impactée négativement en raison de la baisse du volume des produits pétroliers à l'exportation accentuée par la chute drastique des prix des produits pétroliers. Le pays fait face à une crise économique sérieuse eu égard aux besoins grandissant de la demande en produits de consommation et en intrants pour faire fonctionner son économie. Les voyants de l'économie algérienne sont depuis quelques années déjà au rouge, le dinar continue de reculer face aux monnaies étrangères, tandis que les cours du pétrole et du gaz sont en perpétuels baisse. D'un autre côté l'industrie locale hors hydrocarbures n'a toujours pas atteint son rythme sa vitesse de croisière, sans évoquer les investissements qui demeurent très faibles pour ne pas dire au point mort.

Le dernier rapport de la banque mondiale sur les évolutions récentes de la situation économique en Algérie publié dernièrement affirme que le secteur des hydrocarbures continue de se contrecarrer face à la volatilité des prix du pétrole, et qui freine en partie les effets de la légère croissance hors hydrocarbures²⁹. Ces réformes ont eu des répercussions négatives sur le milieu socio-économique marquées principalement par : une augmentation de la pauvreté, des

²⁸ TALAHITE Fatiha, (2010) : « réformes et transformations économiques en Algérie », UFR de sciences économiques et de gestion, université Paris13-nord, France, P15.

²⁹ ABIR.F, (2019) : « La banque mondiale revient sur les évolutions récentes de l'économie algérienne : La Croissance économique », WordPress, le Maghreb, le quotidien de l'économie, disponible sur l'EURL : http://www.lemaghreb.dz/?page=detail_archive&id=96241&dj=2019-11-10#.

licenciements, des fermetures d'entreprises, une forte inflation et une hausse du taux de chômage.

Après avoir revue l'évolution historique des différentes périodes de l'économie algérienne, nous allons dans ce qui suit présenter la réalité du champ de l'entrepreneuriat en Algérie en essayant de mettre l'accent sur son évolution et sa croissance.

2.2. L'entrepreneuriat en Algérie : Evolution et croissance

Après de longues années de prohibition, l'Etat algérien a complètement modifié son comportement vis-à-vis de l'investissement privé. De l'Etat investisseur des années 1970 et 1980, il devient un Etat incitateur à partir des années 1990.

Nous présentons ses évolutions comme suite :

2.2.1. Evolution au rythme des lois et des choix politiques

L'entreprise privée algérienne, a toujours répondu aux transformations des lois la régissant, ainsi qu'aux changements d'attitude des pouvoirs politiques à son égard. Jusqu'aux années 1980, l'Etat fut en quelque sorte le principal entrepreneur, le secteur privé était occulté.

Dans les années 1970, le discours de l'Etat socialiste prônait un système productif basé sur l'entreprise public (créatrice d'emploi et de richesses). L'entreprise privée si elle était tolérée, c'était dans les limites consenties par la loi qui accordait un sursis aux entreprises non exploiteuses des travailleurs. Le monopole de l'Etat sur l'importation, les subventions des produits de premières nécessités comme le lait, l'huile, farine, semoule, sucre..., a beaucoup profité pour ce secteur ce qui explique, en partie, un secteur privé qui a évolué, principalement, dans le secteur agro-alimentaire à l'insu des politiques qui dans la logique des choses n'ont fait que le freiner. A travers une politique favorable à l'entreprise publique, le secteur privé a su occuper les interstices cédés par ce dernier et a profité de la croissance du secteur public. En distribuant des salaires, en protégeant le marché, en offrant des produits subventionnés³⁰. L'Etat national a contribué à la structuration du marché intérieur et favorise la création d'une clientèle, Cette période s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale en favorisant des entreprises de très faible productivité, assistées par la rente pétrolière.

A partir des années 1980, un large débat fut engagé sur le rôle de l'entreprise privée dans le développement économique, un débat qui s'articula autour de la question de la propriété privée des moyens de production. Après le contre choc pétrolier de 1986, l'entreprise privée se

³⁰ LIABES. Dj (1984) : « Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisie en Algérie, quelques éléments pour une sociologie d'entreprendre », Cahiers du CREAD. N°1, Alger, p78.

présentait comme la seule issue pour créer de l'emploi et substituer au vide laissé par le secteur public. Perçue comme un nouveau vecteur de la croissance, générateur d'emploi et moteur de progrès socio-économique, elle est de moins en moins perçue comme un agent servant à exploiter les travailleurs, ni un secteur spéculateur. Le secteur privé a fait l'objet d'encouragements sans précédent pendant cette période une nette augmentation du montant du capital autorisé, création d'organisme pour accompagner les initiatives privées, droits au transfert pour l'acquisition des équipements et des matières premières.

Dans les années 1990, avec l'application du plan d'ajustement structurel (PAS), et la rigueur budgétaire qui s'en est suivie, l'Etat s'est, volontairement et brutalement, écarté de son rôle de premier investisseur. Il s'en est suivi un chômage croissant et une décroissance de l'investissement productif de l'Etat. Ces deux situations concomitantes astreignent les pouvoirs publics à s'orienter vers une politique économique d'essence libérale.

Le chômage croissant des jeunes a conduit l'Etat à mettre en place une série de lois et de dispositifs pour stimuler l'investissement privé dans l'objectif de créer la richesse et l'emploi. Ces dispositifs ont la compétence et le savoir-faire nécessaires pour guider les porteurs de projet dans leurs procédures administratives dans les limites de leurs choix. En outre, une fois le projet lancé, aucun réel suivi n'est mis en place pour accompagner ces entrepreneurs. D'un autre côté, ces organismes ne proposent aux créateurs aucun accompagnement en termes de formation au management et/ou à la gestion, à la commercialisation, au marketing, etc. Une fois le projet concrétisé, le créateur est, et demeure, un expert dans son domaine d'activité, mais n'est pas devenu chef d'entreprise au sens schumpétérien que le profit guide vers une dynamique de destruction créatrice³¹.

2.2.2. De l'assistanat par les subventions des années 1970, à l'assistanat par des financements abusifs

Les subventions à la consommation ont longtemps joué un rôle dans la réussite des investissements privés. La libéralisation de l'économie n'a pas mis fin à ces subventions, elle a même ajouté d'autres dispositions pour soutenir l'investissement privé.

Les différentes formules proposées pour faciliter et encourager la création, ont provoqué un engouement, particulièrement, des jeunes vers l'entrepreneuriat. Ces dispositifs visent des objectifs aussi bien sociaux qu'économiques. L'idéologie socialiste qui a prévalu depuis 1962,

³¹ AKNINE, et, FERFRA.Y, (2014), « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », Revue des Sciences Économiques et de Gestion, Alger, p68.

surévaluait l'image d'un cadre travailleur par rapport au statut de privé exploiteur. Dans les années 1970 et 1980, l'ascension sociale est incarnée par l'image d'un cadre travaillant dans une entreprise nationale symbole de la réussite et de la stabilité pour les individus. Cet état de fait semble être extrapolé vers l'auto-emploi ou les promoteurs à l'investissement et leurs familles devançant cet objectif par rapport à la recherche de l'accumulation de leurs capitaux et de la croissance de leurs entreprises. Les entrepreneurs observés, présentent des dominantes d'assistanat et de dépendance induites par leur incapacité de monter leurs projets d'investissement, de le gérer et de le financer. Cette situation est due à leurs lacunes dans leur formation en entrepreneuriat. Les dispositifs de soutien à la création des entreprises, trouvent leur succès dans un environnement caractérisé par le chômage qui constitue le moteur de la dynamique de création.

L'importance de la dynamique entrepreneuriale pour le développement économique, fait que les initiatives entrepreneuriales nécessitent d'être guidées et accompagnées à une étape quelconque de leur processus. La performance, qui en résulte est, le plus souvent, associée à la qualité et à la durée de cet accompagnement. La logique de l'accompagnement veut positionner le créateur d'entreprise comme un demandeur de prestation ou d'une aide pour faciliter son démarrage³². Les dispositifs mis en place se veulent accompagnateurs, ils se dressent dans une logique d'autorité autorisatrice d'un projet ou le profil de formation du promoteur-entrepreneur est la référence.

2.3. L'entrepreneur algérien d'aujourd'hui

Resté longtemps dans l'ombre du secteur public, les entrepreneurs algériens ont vu du jour au lendemain leur situation transformée d'une liberté surveillée à une franchise totale. Les entrepreneurs ont évolué au rythme des transformations idéologiques, économiques et politiques qu'a connu l'Algérie depuis 1962. Nés déjà dans les années 1970 après la transformation de leurs capitaux commerciaux en capitaux productifs voir industriels. Depuis l'ouverture économique dans les années 1990, cette décennie marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises publiques, l'Etat lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation,

³² JAOUEN.A et AL, (2006) : « Accompagnement par les pairs, confiance partagée et résilience : illustration au travers du cas Voiles d'Oc », revue de littérature en entrepreneuriat, Vol5, Gruissan, p59.

- libération des prix (loi 90-01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation (salariés-employeurs) ;
- abolition du monopole sur le commerce extérieur ;
- ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés (ordonnance 95-22 du 26 août 1995, ordonnance 97 -12 du 19 mars 1997) ;
- création d'un marché financier en 1996.

D'un autre côté, l'État a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, banque mondiale...) d'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit et en diminuer la bureaucratie qui pèse lourdement sur son développement. Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire garantit plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs.

L'État vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire³³.

2.4. Le chômage et la création d'entreprise par les jeunes en Algérie

En âge d'entrer dans la vie active et de gagner leur vie, les jeunes sont les premiers touchés par le chômage et le sous-emploi, ils sont les plus vulnérables. Après avoir cru en la course aux diplômes, nombre de jeunes se retrouvent au terme de leurs études sans perspectives sur un marché du travail fermé. D'autres, les plus nombreux, déscolarisés ou non scolarisés, n'ont accès qu'à des activités de survie, peu rémunératrices et au caractère plus ou moins légal. Dans tous les cas, les jeunes ont très peu de perspectives à long terme. Ils vivent du jour le jour au risque d'être tentés ou entraînés dans des activités illégales, dans la délinquance.

L'intérêt des pouvoirs publics algériens pour la création d'entreprise est apparu comme une alternative à la relance des investissements et à l'essoufflement du modèle d'industrialisation de base attesté par l'effondrement du secteur économique public ; et comme un instrument efficace pour créer des emplois, lutter contre la pauvreté et pour aider certains segments de la population à se prendre en charge.

En effet, le taux de chômage (11.4 % en 2019, selon ONS) reste toutefois la principale cause de précarité. Il avoisinait le quart de la population active. Cette situation dramatique touche aussi bien une population jeune qui arrive sur le marché de l'emploi et qui ne trouve pas

³³ FIRLAS.M, op cit, p34-35.

de travail après l'obtention des diplômes, des demandeurs d'emplois sans qualification, des cadres mis au chômage (Compression du personnel) ou à la retraite anticipée.

Par ailleurs, le gouvernement algérien a mis en place un dispositif d'aides dédié aux jeunes créateurs de PME. Les pouvoirs publics algériens ont toujours mis en œuvre des mesures pouvant soutenir et développer l'esprit d'entreprise. La création de PME par les jeunes bien qu'accentuée par ce dispositif d'aides riche et varié, pose un certain nombre d'obstacles aux jeunes lauréats. Ces contraintes sont liées d'un côté à l'environnement externe hostile à la création à savoir le financement, la lourdeur et complexité administrative, la réglementation non adaptée...etc. ; et de l'autre côté les contraintes internes inhérentes aux capacités managériales expliquées principalement par le manque de formation tant à l'esprit d'entreprise qu'à la gestion et l'absence d'accompagnement en termes d'assistance et de conseil.

Ainsi, la création d'entreprise en Algérie est devenue un moyen de création d'emplois et de lutte contre le chômage, elle constitue une forme de lutte contre la précarité. Par conséquent, l'entrepreneuriat en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité et non d'opportunité. Enfin, il est bon de signaler que l'entrepreneuriat en Algérie relève d'une forme d'auto emploi, c'est-à-dire qu'une personne n'a finalement pas d'autre choix que de créer son propre emploi.

2.5. L'impact de l'entrepreneuriat sur l'économie nationale

Développer l'entrepreneuriat est donc essentiel pour le bien-être actuel et futur d'une communauté ou d'une nation. Il doit être l'une de ses principales préoccupations. Tous les gouvernements du monde, surtout ceux des pays occidentaux développés, sont intéressés et mettent en œuvre des moyens importants pour le développement de l'entrepreneuriat.

En Algérie, la majorité de recettes sont des ressources provenant des d'hydrocarbures et constituent à 90 % les seules réserves en devises. Cependant le taux de croissance réalisé demeure faible, comparé aux pays en voie de développement connaissant la même conjoncture³⁴. L'Etat devrait prendre en compte que les réserves de pétrole ont une limite et ne peuvent plus subvenir aux besoins actuels et futurs du pays. Il est important alors de développer d'autres ressources afin de soutenir l'économie. L'entrepreneuriat est un moyen de développement économique qui permet en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale de lutter contre le chômage et la pauvreté. C'est le nouveau moteur de l'économie. Ainsi en Algérie de nombreux dispositifs et programmes, tels que le programme contrat pré-emploi et le dispositif du microcrédit, ont été appliqués pour

³⁴ BENREDJEM Rédha, (2009) : « l'intention entrepreneuriat : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu », Cahier de recherche, Université Pierre Mendès France Grenoble, France, p4.

encourager la création des petites et moyennes entreprises (PME) notamment les micro-entreprises, afin d'absorber le chômage excessif des jeunes.

Les pouvoirs publics Algériens ont eu recours à des solutions alternatives permettant de réduire la pression sur le marché de travail et pour encourager la création des entreprises, comme l'ANSEJ, CNAC, et l'ANDI.

2.6. Les dispositifs (ANDI, ANSEJ, CNAC) : Encourager l'entrepreneuriat par l'offre de divers avantages

La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics vers des modes de soutien et d'accompagnement pour stimuler l'entrepreneuriat. Les trois dispositifs phares sont, l'ANDI, l'ANSEJ et la CNAC, et qui s'inscrivent dans deux dynamiques, création d'entreprises et création d'emplois. Ces trois dispositifs, se base sur deux types d'encouragement : par l'allégement fiscal et par des financements directs de l'entreprise créée³⁵.

2.6.1. L'ANDI et le Guichet unique décentralisé

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n° 01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement. C'est un établissement public à caractère administratif pour fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers. Elle est sous la tutelle des services du chef de gouvernement³⁶.

L'ANDI véhicule une nouvelle vision de l'Etat vis-à-vis les grands capitaux nationaux et internationaux, Le but principal du guichet unique est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique, l'investisseur a comme interlocuteur unique le représentant de l'ANDI, qui l'assiste en lui donnant toutes les informations nécessaires, vérifie les dossiers et les envoie aux services concernés.

L'ANDI est chargé de la promotion, le développement et la continuation des investissements ; De l'accueil, l'assistance et l'information des investisseurs, nationaux et Etrangers ; De la concession de bénéfices ; Et de la gestion du Fonds d'appui à l'investissement.

³⁵ AKNINE, et, FERFRA.Y, op. Cit, p70

³⁶ Évaluation des capacités de promotion des investissements de l'agence National de Développement de L'investissement (2005), Rapport de la conférence des Nations Unies sur le commerce et le Développement, Genève

Pour la réalisation de ces buts, l'ANDI est chargée de la constitution du guichet unique décentralisé (GUD). Les guichets uniques décentralisés (un GUD dans chaque wilaya) sont théoriquement conçus pour être les interlocuteurs privilégiés des investisseurs.

2.6.2. L'Agence Nationale pour le Soutien à l'emploi de Jeunes (ANSEJ)

Le dispositif ANSEJ vise un double objectif, créer des PME et des emplois. Mis en place dès 1997, il intervient dans le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise par des jeunes dont la tranche d'âge est (19-40ans), Sa mission est de favoriser la création des activités des biens et services par des jeunes promoteurs ainsi que d'encourager toutes formes d'actions et des mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes. L'ANSEJ a pour mission de soutenir, les jeunes chômeurs porteurs de projets durant toutes les phases jalonnant le processus de création de leurs micro-entreprises. Ces missions se résument de manières suivantes :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;
- Gérer les dotations du FNSEJ, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes prévues ;
- Notifier aux jeunes promoteurs dont les projets sont éligibles aux crédits des banques et établissements financiers, et autres avantages qu'ils ont obtenus ;
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré embauche.

Leur principal but réside dans la simplification de procédures et de formalités pour la création d'entreprise et pour la réalisation de projets.

2.6.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)

Dans le cadre de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC initialement créée pour prendre en charge les chômeurs licenciés des entreprises publiques, se transforma en 2004 en dispositif œuvrant à soutenir les chômeurs porteurs de projet d'investissement. Le dispositif CNAC, vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 35 et 50 ans, qui investissent dans les activités industrielles et/ou de services. Elle inclue un système de prêt (prêt initial à taux 0 et

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

prêts à taux bonifié), un fond de caution mutuelle couvrant 70% du crédit consenti par la banque.

La CNAC offre un accompagnement pour les promoteurs. En effet, le souci de préserver les micro-entreprises nouvellement créées d'une mortalité précoce, des sessions de formation à la gestion d'entreprise en direction des chômeurs promoteurs sont assurées, périodiquement, par des conseillers animateurs. En plus de cet appui, il est prévu d'octroyer aux promoteurs éligibles, plusieurs avantages qui sont, la bonification des taux d'intérêts pour les prêts bancaires, la réduction des droits de douanes, l'exonération fiscale et parafiscale, le bénéfice d'un prêt non rémunéré (sans intérêts) de la part de la CNAC.

Suite aux différentes réformes entreprises par le gouvernement Algérien et l'ouverture à l'investissement privé, les résultats sont bien visibles. Les jeunes diplômés algériens sont de plus en plus nombreux à aller vers la création d'entreprise, soutenu par les différents dispositifs d'aide. L'entrepreneuriat est alors le nouveau moteur de l'économie.

Conclusion

L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène large et multidimensionnel, qui attire de plus en plus les chercheurs dans le domaine de l'économie et de la gestion, qui au cours du temps a pris plusieurs significations.

Tout au long de ce chapitre, nous avons essayé d'établir une revue de littérature concernant le phénomène, en identifiant les principales situations entrepreneuriales. Ainsi qu'une présentation des différentes approches de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat.

En repensant le concept d'entrepreneuriat dans le contexte éducatif, nous avons essayé de mettre la lumière sur les différents angles de vue de la production théorique inhérente à la formation à l'entrepreneuriat à savoir : la place de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur, niveau d'intervention des programmes de formation, les effets, impacts et enjeux des programmes d'enseignement supérieur les structures d'enseignement.

Enfin l'histoire de phénomène entrepreneuriat en Algérie se déroule autour de deux périodes la première correspond à la nationalisation des entreprises algériennes juste après l'indépendance du pays et la deuxième période après les années 1980, l'Etat a ouvert la porte à la création des entreprises privées, pour améliorer la situation économique du pays et pour sortir du système d'assistanat entretenu par la rente pétrolière. Dans le souci de diminuer le taux de chômage dans le pays l'Etat Algérien a mis en place un certain nombre de dispositifs de manière

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion.

à accompagner notamment les jeunes diplômés pour la création de leur propre entreprise tout en leur garantissant, par le biais de la formation universitaire, un enseignement adapté afin qu'ils puissent disposer d'outils de gestion adéquats et de réflexes managériaux suffisants pour mener à bien leur projet et garantir la pérennité de leur entreprise.

CHAPITRE II :

Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale

Introduction

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. Ainsi, certaines variables ont été mises en exergue, notamment, les traits de personnalité, les caractéristiques démographiques, etc.

Parallèlement, certains auteurs se sont focalisés sur les approches processuelles du phénomène entrepreneurial (identification d'opportunité, émergence organisationnelle, vision entrepreneuriale, projet d'entreprendre, etc.). A cet égard, et vu son caractère médiateur entre les variables exogènes et l'acte de création, la phase intentionnelle du processus entrepreneurial constitue notre question principale de recherche, et qui mérite qu'on s'y intéresse d'avantage.

Le présent chapitre traite donc des principales théories de l'intention entrepreneuriale issues de ces différentes disciplines. A cette fin, tout d'abord, nous parcourons le positionnement de l'intention dans le champ de l'entrepreneuriat qui fera l'objet de la première section, Avant de positionner l'intention dans le processus entrepreneurial, nous présentons dans un premier lieu l'ancrage théorique de ce concept. Ceci nous permet, par la suite dans la deuxième section de débattre des modèles mobilisés, tant de l'entrepreneuriat que de la psychologie sociale, pour étudier l'intention entrepreneuriale. Enfin nous essayerons de mettre en avant les apports des chercheurs concernant la compréhension des mécanismes de l'intention entrepreneuriale.

Section 1 : Le positionnement de l'intention dans le champ de l'entrepreneuriat

L'étude de l'intention qui est en amont du processus entrepreneurial, présente un intérêt particulier pour comprendre le cheminement qui mène à l'acte d'entreprendre. Dans la présente section nous tenterons d'établir un état de l'art de l'intention entrepreneuriale, de donner une signification du terme « intention », sa place dans le processus entrepreneurial et enfin les déterminants et les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.

1.1. Qu'est-ce que l'intention entrepreneuriale ?

En latin, « intention » provient de « tensio » (dont la racine est le verbe tendere) qui signifie « tendre », et de « in » qui signifie « vers ». Littéralement, c'est le fait de tendre vers quelque chose. Dans la tradition philosophique, le terme d'intention désigne une opération de

l'esprit qui se propose un but, des objets ou des choses voulues (Blay 2003 ; Lalande, 1993)³⁵. L'intention est une expression mentale qui est désigné par une volonté d'atteindre un objectif en incluant les fins et les moyens, tel que la création d'entreprise.

En entrepreneuriat, « intention » est un terme qui a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs. Bird (1988) considère l'intention comme un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu³⁶.

D'autres chercheurs comme Bruyat (1993) la conçoivent comme étant une volonté individuelle et une liberté. Ils précisent alors qu'elle est un état d'esprit qui oriente l'intention, et par conséquent, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique, dans le but d'accomplir quelque chose (créer une entreprise, la faire croître ou la faire évoluer)³⁷. Pour Ajzen (1991), les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon.

D'un autre côté, Tounés (2003) parle d'une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement entrepreneurial³⁸.

Nous pouvons ainsi dire que l'intention entrepreneuriale est une chose ancrée dans chaque individu, mais plusieurs facteurs peuvent influencer l'intention de créer sa propre entreprise, il y'a avant tout une volonté personnelle, le degré d'incitation à entreprendre et les moyens nécessaires, qui dépendent principalement des variables contextuelles.

L'intention entrepreneuriale n'explique pas le devenir du processus entrepreneurial, mais donne une image de celui-ci à un moment précis et dans un contexte donné, dans ce qui suit nous allons présenter la place de l'intention entrepreneuriale.

1.2. La place de l'intention entrepreneuriale dans le processus entrepreneurial

Dans une perspective processuelle, l'intention entrepreneuriale représente l'étape déterminante dans le processus de création d'entreprise. Elle permet de prédire l'acte d'entreprendre qui serait susceptible de se concrétiser. En premier lieu, nous allons présenter le processus conceptuel. Puis nous tenterons d'expliquer le processus de déclenchement. En

³⁵ MOREAU. R. et RAVELEAU. B, (2006) : « Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale ». Revue internationale P.M.E, vol 19, n°2, Québec, Canada, p10, disponible sur l'EURL : <https://doi.org/10.7202/1008497ar>.

³⁶ TOUNES.A, (2003), op cit, p58.

³⁷ GUENOUN.A, SEGUENI-DJAMANE.N et BENYAHIA-TAIBI.G, (2017) : « l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'Oran 2 », les cahiers du Cread, vol33, n°121, Université d'Oran2 Mohamed Ben Ahmed, p69, disponible sur l'EURL : <File://C:/Users/user/Downloads/182573-Article%20Text-465088-1-10-20190128.pdf>.

³⁸ Ibid, p105 et p106.

second lieu, nous présenterons des modélisations du processus entrepreneurial et enfin nous tenterons de délimiter la position de l'intention en amont du processus entrepreneurial.

1.2.1. Le processus conceptuel : Vision et intention entrepreneuriale

Les notions de vision et d'intention ont suscité un intérêt croissant de la part des chercheurs. Pour expliquer la vision, la plupart des recherches, en faisant référence au futur, se base souvent sur différents concepts : les images, les schèmes ou encore les représentations mentales. Généralement, une distinction s'impose entre la dimension stratégique et la dimension entrepreneuriale de la vision. Pour Westley et Mintzberg, la vision est conçue comme un modèle théorique de prise de décision stratégique utilisé par l'entrepreneur. En effet, il considère que la vision stratégique est fortement présente dans l'organisation entrepreneuriale et y est exprimée à travers la personnalité du décideur³⁹.

Dans le contexte de la création d'entreprise, la vision correspond, selon Amboise et Nkongolo-Bakenda (1993), au point de départ, à l'idée de création d'une entreprise. Vesper (1990) suggère qu'avant même de démarrer l'affaire l'entrepreneur développe une vision ou une projection mentale de l'entreprise à créer⁴⁰. Quand il s'agit de creuser le lien entre la vision et l'intention, Ajzen (1991) montre que l'intention organisationnelle reflète la vision du créateur quant à l'organisation émergente⁴¹.

La vision peut être ainsi défini comme un modèle théorique auquel l'entrepreneur s'appuie pour prendre des décisions stratégiques, elle correspond au point zéro d'une future création d'entreprise, elle est aussi une construction mentale d'une organisation future.

L'intention quand elle est une manifestation mentale qui se traduit par une volonté de réaliser et d'atteindre un objectif. Distinction faite entre « vision » et « intention » nous allons passer au processus de déclenchement qui est le passage de l'intention à l'action.

1.2.2. Le processus de déclenchement : de l'intention à l'action entrepreneuriale

D'après le Petit Robert, l'intention se définit comme le fait de proposer un certain but ou des résultats de l'action envisagée. En effet, les intentions reflètent un état mental orienté vers l'action par la définition d'un but. Elle traduit une véritable motivation à l'action, une tension psychologique orientée vers l'action. De ce fait, l'intention ne peut pas être l'action mais elle

³⁹ BOURGUIBA.M, op cit, p24 à 25.

⁴⁰ D'AMBOISE.G, NKONGOLO.J.M, (1993) : « La vision stratégique des propriétaires dirigeants de PME : un essai d'identification et de mesure empirique », rapport du Congrès annuel du groupe d'intérêt, toulouse, P18.

⁴¹ EMIN.S, (2003) : « L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », Thèse en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, ESA, Grenoble. p83.

occupe, en revanche, une place stratégique dans le système d'action de l'individu, dans le sens où elle lie la logique mentale à la logique d'action⁴².

La seule manifestation d'une intention peut ne pas mener l'individu à agir effectivement dans la réalité. On peut évoquer l'intensité de l'intention, la force de conviction, la force de caractère ou encore la motivation. Néanmoins, en étudiant les intentions nous permettent d'avoir une idée sur les prédispositions entrepreneuriales des individus. Le pont entre l'intention et l'action est la décision. C'est ce maillon manquant qui explique le décalage entre ceux qui ont l'intention d'entreprendre sans forcément passer à l'acte, et ceux qui le font réellement⁴³.

Nous pouvons ainsi dire que l'intention se définit par un caractère évolutif qui dépend des variables contextuelles et des facteurs psychologiques. L'acteur de l'action doit ainsi prendre une décision afin de concrétiser son intention, en action (qui est la création d'entreprise).

Après avoir bien déterminé la place de l'intention dans le processus entrepreneurial, les propos suivants présentent des travaux récents qui témoignent de la nécessité de la prise en compte de la dimension processuelle dans le champ de l'entrepreneuriat.

1.2.3. Des modèles processuels d'entrepreneuriat

La notion de processus inscrit les variables psychologiques, culturelles, sociales, politiques et économiques dans une double dimension dynamique et complexe. Les interactions entre ces variables suppriment l'importance des variables prises isolément.

Shapiro et Sokol (1982) sont les pionniers qui ont analysé la dimension processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils essayent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le reliant à des facteurs situationnels et individuels⁴⁴.

Dans ses contributions épistémologiques à la création d'entreprise, C. BRUYAT (1993) note que trop de chercheurs semblent négliger la prise en compte conjointe de deux points de vue dans l'évaluation du changement dans le processus entrepreneurial, l'environnement et l'individu⁴⁵. Pour lui, tout modèle de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus. Il schématise le processus de création d'entreprise

⁴² BOURGUIBA M, op cit, p 29-30.

⁴³ Hernandez E.M., Marco L. (2006) : « Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte », Editions ESKA, Paris, p9.

⁴⁴ SALEH L, (2011), op cit, p71.

⁴⁵ BRUYAT.C, (1993) : « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès Grenoble, France, p 62.

Chapitre II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale.

sous une forme générique et formé de six étapes, nous allons essayer de les présenter une par une :

Etape 0 : "L'action de créer n'est pas perçue" du fait de l'éducation, de la personnalité ou de l'environnement de l'individu. La création d'entreprise n'est pas intégrée dans les schémas cognitifs de l'individu.

Etape 1 : "L'action de créer sa propre entreprise est perçue". L'individu a l'information nécessaire pour comprendre plus ou moins ce qu'est la création d'entreprise, sans pour autant qu'une quelconque réflexion et action ne soient entreprises.

Etape 2 : "L'action de créer est envisagée". Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible. Il a un projet flou de ce que pourrait être sa future entreprise. Il commence à rechercher une idée de création en y consacrant un peu de son temps.

Etape 3 : "L'action est recherchée" car l'individu investit activement une idée (s'il ne l'a pas déjà) et tente de l'évaluer. Cette étape se distingue de la précédente par l'engagement réel de l'individu dans le processus en consacrant du temps et de l'argent. C'est pendant cette phase que sont réalisées l'étude de marché et l'élaboration du plan d'affaire. L'individu a un statut hybride où il garde son ancienne activité s'il est salarié, ou continue à rechercher un emploi s'il est chômeur.

Etape 4 : "L'action est lancée". Les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé... et les premières commandes sont livrées. Si l'entreprise parvient à atteindre son seuil de rentabilité et à assurer son équilibre financier, elle passera à la dernière étape.

Etape 5 : "L'action est réalisée" et l'entreprise devient une entité reconnue par ses partenaires quand elle atteint son équilibre d'exploitation. Le créateur est devant une problématique de dirigeant de PME.

Etape 6 : "L'action est perçue et refusée". Ce refus peut être définitif ou temporaire. L'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres⁴⁶.

⁴⁶ TOUNES.A, (2003), op cit, p39-40.

Chapitre II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale.

Par ailleurs, d'autres chercheurs comme W.D. BYGRAVE (1989) écrit que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial et qu'il fera une quasi-unanimité dans le monde de la recherche. Le processus entrepreneurial amont appelle des variables inhérentes à l'individu qu'il répartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée (besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure). Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création (prise de risque, insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement) ; sociologiques qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur ; environnementales réparties elles aussi en deux groupes : Le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement (opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité). Le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution (la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat)⁴⁷. Pour l'auteur il est essentiel d'étudier et d'analyser le « tout » pour comprendre les causes de l'évènement entrepreneurial.

HERNANDEZ (1999) présente un modèle stratégique où il accorde une place importante à l'individu et à l'opportunité d'affaire. Il distingue quatre phases où le créateur potentiel est influencé par son origine familiale, ses traits psychologiques et son histoire personnelle⁴⁸.

L'étape d'initiation reflète essentiellement la recherche d'opportunité. Celle-ci exprime pour l'auteur l'écoute permanente et l'anticipation de l'environnement sur les évolutions démographique, technologique et des modes de vie. La phase de maturation doit permettre de vérifier la cohérence entre le créateur et son projet. Lorsqu'il y a inadéquation totale, l'abandon constitue la voie la plus sage. La décision de créer implique de manifester des comportements entrepreneuriaux en vue de concrétiser (Finalisation) son projet d'entreprise⁴⁹.

Dans cette perspective, nous pouvons dire que les facteurs personnels et environnementaux occupent une place importante dans l'influence du créateur quant à la création d'entreprise.

⁴⁷ TOUNES.A, (2003), op cit, p40.

⁴⁸ HERNANDEZ.E.M, (1999) : « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », le Harmattan, Paris, p72.

⁴⁹ Ibid, p42- 43.

Les recherches précédentes ont mis en exergue la dimension processuelle de l'entrepreneuriat, comprenant, ainsi, différentes phases. Dans ce qui suit nous allons étudier une phase en amont de ce processus, à savoir : l'intention entrepreneuriale.

1.2.4. L'intention en amont du processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial peut être représenté par des moments forts. L'étude de l'intention qui est en amont de celui-ci, présente un intérêt particulier pour comprendre le cheminement qui mène à l'acte d'entreprendre. L'intention précède souvent la décision et l'acte de création. Mais les cheminements entrepreneuriaux des individus sont très différents. L'acte de création peut naître d'une rencontre soudaine, d'une insatisfaction professionnelle, d'une opportunité saisie lors d'un travail salarié, sans pour autant que les phases d'intention et de décision puissent être nettement distinguées et différenciées dans le temps.

1.2.4.1. Le processus de décision

La décision est un concept de base des sciences sociales qui s'est imposé peu à peu dans plusieurs champs théoriques. La décision est un évènement et un processus. Brockhaus (1978) divise les facteurs associés à la décision de devenir entrepreneur en trois catégories : les caractéristiques psychologiques (besoin d'accomplissement, propension à la prise de risque et les valeurs personnels), les effets de l'expérience vécue (insatisfaction au travail, rôle du modèle», les caractéristiques personnels (âge, éducation, résidence). Le processus de décision est divisé en trois étapes que nous allons présenter comme suite :

La première étape : consiste en la formation d'une vision, qui correspond à une représentation mentale de la création de l'entreprise, de ses activités et de son environnement, comme futur possible. Verstraete (1999) convient de la naissance du phénomène entrepreneurial lorsque l'organisation impulsée sort de la tête du créateur, c'est-à-dire dès que les agissements induits par la vision qu'à celui-ci de cette organisation provoque des interactions⁵⁰.

La deuxième étape : est la transformation de cette vision en intention. Cette étape traite de la formation de la vision et de la transformation de cette vision en une véritable intention de création. Adaptée au contexte entrepreneurial, la vision correspondrait au point de départ du processus entrepreneurial. L'intention s'avère au cœur de la création d'entreprise. L'intention stratégique transforme la vision en but, et articule les moyens nécessaires pour la réaliser. Elle manifesterait la volonté de se lancer dans la création d'une entreprise. L'intention doit être

⁵⁰ SALEH. L, op cit, p75.

perçue comme désirée et faisable. La préférence de l'acte est fonction de critères relatifs à la désirabilité et à la faisabilité⁵¹.

La troisième étape : consiste en la prise de décision ; celle-ci déclenche l'action et aboutit ainsi aux premières actions de réalisation de l'intention, c'est à dire à la mobilisation des moyens nécessaires pour concrétiser le but recherché. Pour que l'action soit véritablement déclenchée, l'intention doit se transformer en décision d'action. Même les intentions les plus fortes ne conduisent pas nécessairement à l'action. Ainsi, de nombreux individus, se disant intéressés par la création d'une entreprise, ne concrétisent jamais ce désir par des actes de création véritables. L'intention peut donc être abandonnée, temporairement ou définitivement. Un projet qui reste à l'état d'idée ne serait considéré que comme simple pensée. Les déterminants de la décision d'entreprendre revêtent des considérations sociales, psychologiques et environnementales⁵².

Nous déduisons donc que la décision apparaît au moment même où le créateur décide de transformer son intention entrepreneuriale en acte de création d'entreprise.

1.2.4.2. Le processus de création

Le processus de création est la transformation de l'intention en action. Il correspond à la démarche qui conduit l'individu à créer effectivement une nouvelle entreprise ; c'est quand l'individu passe de la phase d'intention, à une phase où il consacre son temps, s'investit financièrement et intellectuellement dans le projet de la création ; il s'agit de la période de transition. Cet engagement aboutit à une irréversibilité : son arrêt est considéré comme un échec, sa continuité une escalade de l'engagement. La création effective entame le démarrage de l'entreprise qui correspond à l'autonomisation de la nouvelle entité créée. Selon TOUNES « *L'acte d'entreprendre correspond au démarrage « physique » de l'activité qui se manifeste par la réalisation des premiers produits /services* »⁵³.

1.3. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale : l'effet modéré des formations

Les orientations et les comportements des étudiants et des jeunes diplômés sont influencés par de nombreux facteurs, personnels et liés à leurs environnements. Quelques travaux empiriques montrent que des programmes de formation en entrepreneuriat et l'image diffusée à l'intérieur des universités par des créateurs d'entreprise encouragent les étudiants à s'orienter vers cette voie professionnelle. C'est ainsi que Johannisson (1991), Autio et al. (1997) soulignent

⁵¹ BRUYAT.CH, (1993), op cit, P 31.

⁵² SALEH L, (2011), op cit, p75-76.

⁵³ TOUNES A, (2003), op cit, p49.

le rôle positif de la perception qu'ont les étudiants de l'entrepreneuriat en tant qu'alternative de carrière et celui des ressources et autres supports fournis par l'environnement universitaire. L'éducation et la formation en entrepreneuriat influencent les comportements présents des étudiants et leurs intentions comportementales (Kolvereid, Moen, 1997 ; Tkachev, Kolvereid, 1999 ; Fayolle, 2002)⁵⁴.

Selon TOUNES. A (2006) dans sa recherche sur l'explication de l'intention écrit que « La première composante, la volonté tendue vers l'objectif de créer son entreprise, se concrétise par la recherche d'informations en vue de formaliser une idée ou un projet. Cette quête est le facteur qui a la plus forte incidence sur l'intention. La deuxième composante, le processus cognitif, est constituée selon un degré croissant d'importance par les motivations psychologiques, les perceptions des aptitudes entrepreneuriales acquises avec les formations en entrepreneuriat et les expériences professionnelles, la propension à la prise de risque et la connaissance de modèles d'entrepreneur. Bien que ne contribuant que modérément à l'explication de l'intention l'impact des formations en entrepreneuriat dépasse le seul cadre du développement des perceptions des aptitudes entrepreneuriales. »⁵⁵.

A partir de ce qui a été cité précédemment, nous concluons que la formation en entrepreneuriat influence modérément l'intention entrepreneuriale des étudiants, mais cela ne veut pas dire que toute formation en entrepreneuriat mènera directement à un acte de création d'entreprise.

Les formations sont certes des déterminants de l'intention entrepreneuriale, mais il existe aussi d'autres facteurs qui peuvent influencer l'intention entrepreneuriale des étudiants. C'est ce que nous allons tenter de présenter dans le prochain titre.

1.4. Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants

Les différentes recherches en entrepreneuriat ont démontré que l'intention entrepreneuriale peut être influencée par les antécédents familiaux, les attitudes, les croyances, le genre et l'expérience. Il existe aussi des facteurs d'importance majeure dans l'influence de l'intention entrepreneuriale des étudiants, à savoir des facteurs individuels, sociaux,

⁵⁴ FAYOLLE.A, (2004) : « évaluation de l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat : vers de nouvelles approches », 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, du 27-29 octobre, Montpellier, p5-6.

⁵⁵ TOUNES.A (2006) : « l'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », la revue des sciences de gestion, 2006/3 n°219, p62, disponible sur l'EURL : <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2006-3-page-57.htm>

économiques et les expériences précoces dans la famille. Ainsi selon WANG (2011)⁵⁶, ces facteurs sont présentés comme suit :

1.4.1. Les facteurs individuels

La recherche en entrepreneuriat sur les facteurs individuels avait au départ insisté sur les facteurs psychologiques et leurs effets pour stimuler les individus à chercher une carrière. Plus récemment, d'autres chercheurs ont proposé de nouveaux facteurs qui peuvent mieux prédire les comportements entrepreneuriaux, comme le genre, l'attitude favorable vis-à-vis de l'entrepreneuriat, la cognition sociale et les processus cognitifs. Ces deux sortes de facteurs sont incluses dans la théorie du choix de carrière entrepreneuriale.

1.4.2. Les facteurs sociaux

Reynolds (1991) a noté que les facteurs sociaux pourraient influencer la décision individuelle de devenir un entrepreneur. Plusieurs recherches ont montré que l'environnement social d'où provient un individu a un impact sur sa motivation à suivre une carrière entrepreneuriale ; l'individu provenant d'un milieu socialement défavorable est plus motivé pour prendre le contrôle sur ce qu'il considère comme un monde hostile et peu attirant.

D'autres recherches ont montré que des expériences entrepreneuriales dans la famille et le soutien de la famille lors de la création ont un impact favorable sur le choix de carrière entrepreneuriale. La race, la culture nationale et les soutiens du gouvernement jouent aussi un rôle très important.

1.4.3. Les facteurs économiques

Jouent aussi un rôle dans le choix : l'action de création est lancée soit quand il y a un manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes, soit quand la croissance économique offre des opportunités. Le réseau des ressources dont l'individu dispose peut aussi favoriser la décision de la création.

1.4.4. Les expériences précoces dans la famille, au cours de l'enfance, à l'école ou l'université ainsi que certaines expériences professionnelles

Ces expériences peuvent encourager des comportements voire même des carrières. Les cours et les formations spécialisés en entrepreneuriat ont un effet positif ; les expériences professionnelles peuvent conduire l'individu vers la création⁵⁷.

⁵⁶ WANG.Y, (2011) : « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse de doctorat, école centrale de Lille, France, p26.

⁵⁷ Ibid, p27.

Pour conclure cette section nous pouvons dire, que l'étude de l'intention entrepreneuriale nous amènes à dire que l'intention entrepreneuriale est au cœur du cheminement qui mène à la création d'entreprise. Ainsi, l'influence de la formation en entrepreneuriat et l'existence des différents facteurs ne peuvent que pousser le créateur à mieux se projeter dans son projet. Ainsi, une modélisation de l'intention entrepreneuriale est importante pour la compréhension des attitudes, des comportements et des croyances de l'entrepreneur.

Section 2 : Modélisation de l'intention entrepreneuriale

La plupart des recherches en entrepreneuriat, en se basant sur une conception multidimensionnelle du phénomène entrepreneurial, n'hésite pas à exploiter à la fois les apports des recherches en entrepreneuriat, et les contributions de l'école de la psychologie sociale. Ceci est d'autant plus fréquent quand il s'agit de comprendre les phénomènes intentionnels. Pour cela, nous allons présenter quelques modèles d'intention entrepreneuriale. Avant de présenter les modèles de Shapero et Sokol repris par Krueger et Carsrud, le modèle d'Ajzen fera l'objet d'une première présentation.

2.1. Les apports des modèles fondés sur l'intention entrepreneuriale

L'intention et les modèles fondés sur l'intention ont été au cœur de nombreux travaux du domaine de l'entrepreneuriat. Pour de nombreux auteurs, la création d'entreprise est un comportement planifié et donc intentionnelle. L'intention apparaît donc comme un meilleur prédicateur du comportement que les attitudes, les croyances ou d'autres variables psychologiques ou sociologiques (Krueger et Carsrud, 1993). De ce fait, nous s'accordons à considérer que les attitudes et les croyances prédisent les intentions qui, à leur tour, prédisent le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). L'intention peut être vue comme un catalyseur de l'action entrepreneuriale. Dans ce cas, l'intention semble fournir un cadre cohérent pour parvenir à une meilleure compréhension du processus d'émergence de l'intention entrepreneuriale.

Plusieurs courants de pensées se sont succédé en entrepreneuriat pour expliquer le phénomène de création d'entreprise. Les recherches se sont longtemps focalisées sur les caractéristiques individuelles et démographiques, afin de trouver leurs liens avec la possession d'une entreprise ou la décision de créer. En effet, les études n'ont pas réussi à générer une liste valide et sérieuse de caractéristiques dans toutes les situations (Gartner, 1988).

Pour répondre aux limites des approches centrées sur les caractéristiques individuelles, d'autres auteurs ont considéré l'entrepreneuriat comme étant déterminé par un contexte social,

culturel, politique et économique. Cependant, la perspective de l'environnement global considère l'entreprise plutôt que l'entrepreneur comme l'objet d'analyse, la perspective de l'environnement proche ne permet pas d'expliquer les comportements différents des individus dans des environnements et ces contextes similaires. Les caractéristiques individuelles et les facteurs de contexte doivent être pris en compte. Les modèles d'intention entrepreneuriale inspirent aujourd'hui le plus grand nombre de chercheurs en entrepreneuriat. Des exemples modèles qui se situent dans cette approche sont ainsi présentés⁵⁸.

2.2. Théorie de l'action raisonnée d'Ajzen et Fishbein (1975)

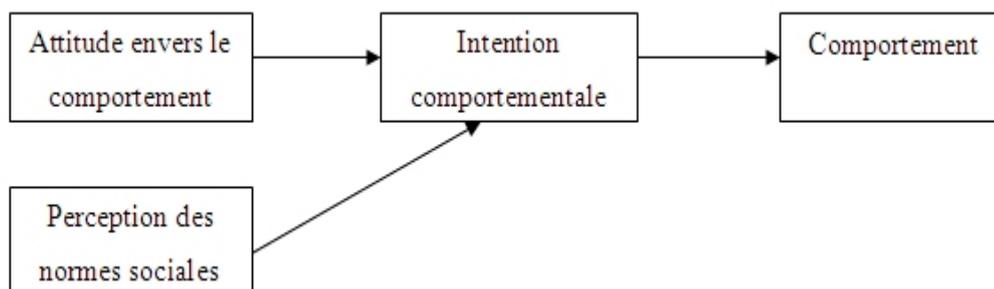
C'est un modèle provenant de la psychologie sociale développé par Fishbein et Ajzen en 1975. Ce modèle définit les liens entre les croyances, les attitudes, les normes, les intentions et les comportements des individus, il a pour principal objectif de prédire et de comprendre les comportements sociaux volontaires.

Selon cette théorie, l'attitude d'une personne serait déterminée par son intention comportementale à adopter. Cette intention serait quant à elle déterminée par l'attitude de la personne et par ses normes subjectives relatives au comportement en question. Dans le modèle de l'action raisonnée, les attitudes prédisent les intentions qui, à leurs tours prédisent le comportement. L'intention est considérée comme un médiateur entre les attitudes et les comportements. Il s'agit principalement des comportements volontaires et raisonnés.

De façon globale, Ajzen et Fishbein présentent la décision de s'engager dans un comportement donné en fonction de l'attitude portée à l'égard de ce même comportement et de la norme subjective figurée par l'avis et l'opinion de ce qu'un entourage (perçu comme référence par l'individu) pense du comportement à adopter par la personne en question. Comme nous le présentons dans la figure ci-dessous :

⁵⁸ Wang.Y, op cit, p29.

Figure n° 2 : Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1975)



Source : Salah Koubba, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », 2016, P10.

Cependant, plusieurs recherches ont critiqué le modèle de l'action raisonnée, notamment à cause de l'aspect obligatoirement raisonné du comportement. Pour répondre à ces critiques, cette théorie a été révisée par Ajzen (1985), lui-même, qui a apporté une amélioration au modèle de l'action raisonnée en intégrant une nouvelle composante « contrôle comportementale perçu ». Ceci a donné naissance à la théorie du comportement planifiée (Ajzen, 1991).

2.3. Le modèle du comportement planifié d'AJZEN .I (1991)

La théorie du comportement planifiée a été développée par Ajzen (1991). C'est une référence très utilisée par la majorité des recherches qui se sont penchées sur l'étude des comportements intentionnels. Elle constitue une extension de la théorie de l'action raisonnée, déjà développée par Fishbein et Ajzen (1975). Elle postule que le comportement humain, pour être effectif, doit d'abord passer par une phase de planification, d'où le nom de la théorie « comportement planifié »⁵⁹. En effet, elle confère à l'intention de l'individu la place centrale dans la genèse du comportement. Celle-ci reflète l'ensemble des forces motivationnelles qui influencent un comportement. L'intention est l'indicateur des comportements que les individus veulent adopter. Elle met en relation les attitudes et les comportements, les attitudes prédisent donc les intentions qui à leur tour prédisent les comportements.

Trois composantes principales déterminent cette intention, qui à son tour détermine le comportement : les attitudes à l'égard du comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental.

2.3.1. Les attitudes associées au comportement

Désignent le degré d'évaluation, favorable ou défavorable, que fait l'individu du comportement auquel il aspire. Elles dépendent fortement des résultats probables escomptés du

⁵⁹ DIAMANE.M, KOUBAA.S, (2016), op cit, p 11.

comportement envisagé⁶⁰. L'attitude est constituée d'une part des croyances envers l'engagement dans un comportement déterminé et, d'autre part, de l'évaluation des conséquences d'un tel engagement.

Par exemple, avoir l'intention de créer son entreprise peut s'expliquer par des attitudes qui se manifesteraient par le développement de l'esprit d'entreprise. Ces attitudes sont relatives aux motivations professionnelles telles que le besoin d'accomplissement, le besoin du pouvoir, la recherche de l'autonomie ; mais également aux valeurs attachées à la création d'entreprise telles que l'esprit créatif et la propension à la prise du risque. Ce sont des dimensions des attitudes comportementales qui peuvent influencer éventuellement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.

2.3.2. Les normes subjectives

Les normes subjectives résultent des perceptions de la pression sociale. Elles font référence à l'ensemble des croyances d'un individu quant à l'opinion des gens qui sont importants pour (parents, famille, amis, collègues, etc.) par rapport à ce qu'il voudrait entreprendre. Selon la théorie du comportement planifié, un individu aura l'intention d'adopter ou non un comportement suivant la façon dont il juge que celui-ci est cohérent avec les valeurs et les principes moraux de son groupe de référence. Les normes subjectives sont déterminées par les croyances normatives et par la motivation à se comporter conformément à l'opinion d'autrui. Donc, quand un individu pense que son entourage croit qu'il doit adopter un comportement, s'il est motivé à se conformer à l'opinion des autres, son intention d'adopter ce comportement sera plus grand.

Ainsi nous pouvons dire que l'intention entrepreneuriale peut se construire en interaction avec le contexte social et pédagogique. L'environnement social marqué par l'existence de modèles d'entrepreneur dans l'entourage de l'étudiant, et par les perceptions de possibilités de concrétisation de l'idée d'entreprise. Donc l'importance des normes sociales dans l'intention entrepreneuriale aide à la détermination de la disposition à entreprendre de l'étudiant.

2.3.3. Les perceptions du contrôle comportemental

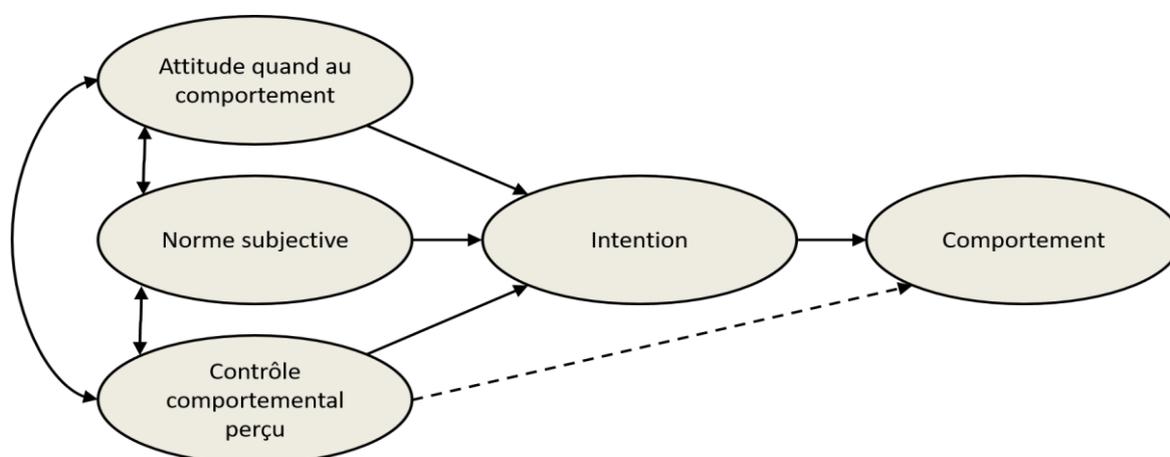
La notion du contrôle comportemental perçu fait référence à la perception qu'à l'individu de la faisabilité du comportement envisagé, elle est aussi basée sur les expériences passées et sur les obstacles anticipés. Les perceptions du contrôle comportemental combinées avec l'intention, permettent de prédire directement le comportement. Elles impliquent la prise en

⁶⁰ TOUNES A, 2000, op cit, p59.

compte des degrés de connaissance et de contrôle qu'a un individu de ses propres aptitudes, ainsi que des ressources et des opportunités nécessaires en vue de concrétiser le comportement souhaité. Ajzen (1991) prête à cette variable un rôle primordial en ce qu'elle apporte plus de précision dans la prédiction du comportement⁶¹. Dans notre cas, les perceptions des aptitudes entrepreneuriales que les étudiants acquièrent avec les formations en entrepreneuriat influencent positivement l'intention entrepreneuriale.

En somme, La théorie du comportement planifié, à travers ses trois composantes (les attitudes associées au comportement, les normes sociales et les perceptions du contrôle comportemental), contient et englobe partiellement l'intention entrepreneuriale qui à son tour détermine et prédit le comportement, d'où la figure (3) ci-dessous modélise le modèle du comportement planifié.

Figure n° 3 : Théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)



Source : La théorie du comportement planifié (TPB) d'après Azjen 1991 (p 182), cité par Alain Fayolle et Jean- Michel, dynamique entrepreneuriale, p113.

2.4. Le modèle de l'évènement entrepreneurial de SHAPERO ET SOKOL (1982)

Le modèle de Shapero et Sokol 1982 vise à expliquer l'évènement entrepreneurial, c'est dire étudier les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat plutôt que d'une autre voie professionnelle. Les auteurs modélisent la formation de l'évènement entrepreneurial en recensant la notion de déplacement. Il tente de comprendre pourquoi certains individus

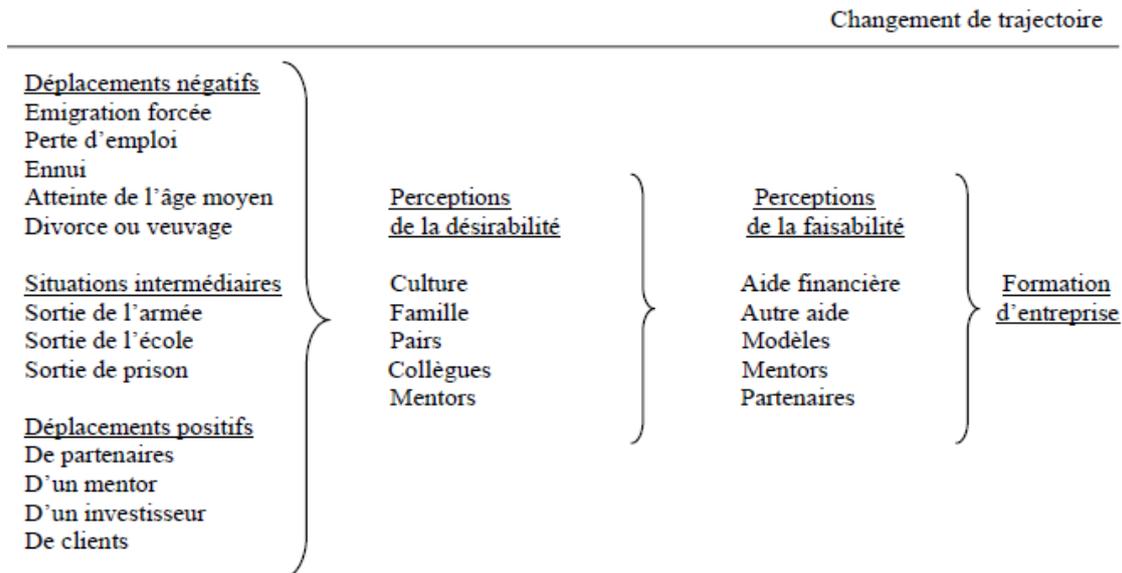
⁶¹ ELMAYMOUNI.M, ENNESRAOUI.D, IBOURK.O, (2020) : « Etude empirique sur les déterminants de l'intention de création d'entreprise dans le contexte universitaire marocain : cas de l'université Cadi Ayyad de Marrakech », actes de la deuxième conférence internationale sur la francophonie économique, 2-4 mars, Marrakech p592.

Chapitre II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale.

choisissent la voie entrepreneuriale alors que d'autres se dirigent vers des perspectives de carrières plus traditionnelles comme le salariat⁶².

Selon Shapero et Sokol, ces événements peuvent être de trois types : déplacements positifs (positif Pull), déplacements négatifs ou situations intermédiaires. La figure ci-dessous (Figure 5), modélise la formation de l'événement entrepreneurial.

Figure n° 4 : Le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)



Source : Alain Fayolle et Jean-Michel, *dynamique entrepreneuriale*, paris, 2012, p110.

- Les déplacements négatifs (negative displacement) : divorce, licenciement, émigration, insatisfaction au travail, etc. Qui ne sont généralement pas sous le contrôle de l'individu mais plutôt imposés par l'extérieur. Ces facteurs sont les plus fréquents, mais c'est souvent la combinaison de facteurs positifs et négatifs qui amènerait à la création d'entreprise.
- Les déplacements positifs (positive pull) : famille, consommateur, investisseurs, etc. Qui sont des événements relevant souvent de sources d'opportunités pas toujours professionnelles (comme en réponse à un passe-temps favori ou une occupation secondaire).
- Les situations intermédiaires (between things) : sortie de l'armée, de l'école, de prison, etc. Qui résultent d'une rupture conséquente à l'achèvement d'une étape de vie plaçant

⁶²BENREDJEM.R, (2009), op cit, P6.

l'individu entre deux situations ou deux engagements. Elles se différencient des déplacements négatifs par leur caractère prévisible.

L'interaction entre les différents déplacements marque le changement de la trajectoire de vie de l'individu et sont, par conséquent, à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial. Ainsi à l'interface des déplacements positifs, négatifs et des situations intermédiaires, émergent deux autres variables explicatives de l'évènement entrepreneurial, à savoir les perceptions de la faisabilité et les perceptions de la désirabilité. Ces perceptions sont le fruit de l'environnement culturel, social et économique de l'entrepreneur.

- La perception de la faisabilité qui est le résultat de la perception de la présence du soutien et de la disponibilité des ressources financières, techniques et humaines nécessaires à la réussite du projet de création d'entreprise. Elle dépend également de la confiance que possède l'entrepreneur en ses propres compétences et de sa capacité de mener à bien les tâches nécessaires pour le bon déroulement du processus entrepreneurial.
- Les perceptions de la faisabilité sont le résultat de la perception des variables d'aide de différentes natures (ressources financières, humaines et techniques nécessaires). Dans ce sens, la disponibilité des ressources active directement une variable d'ordre psychologique : la propension à l'action.

Le modèle de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982) ne fait pas explicitement référence à l'intention. Tentant de combler cette limite, Krueger (1993), propose une reformulation des apports de Shapero et Sokol avec une réintégration plus concrète du concept de l'intention entrepreneuriale.

2.5. Le Modèle de KRUEGER et CARSRUD (1993)

Krueger et Carsrud (1993) sont les premiers à utiliser la théorie du comportement planifié au champ de l'entrepreneuriat, ils reprennent le fait que la création d'une entreprise est un comportement planifié, qui peut être prédit par l'intention du comportement, lorsque on cherche à mieux comprendre des phénomènes rares. Autrement dit, étudier un comportement futur de création d'entreprise est inséparable des intentions qui animent les individus quant à la manifestation de ce comportement. En amont l'intention représente le meilleur prédicteur de l'acte d'entreprendre⁶³. L'événement entrepreneurial est conçu comme un phénomène complexe mais reposant sur une trajectoire linéaire. La relation entre action et intention est

⁶³Azzedine tounés, (2006), op cit, p2.

Chapitre II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale.

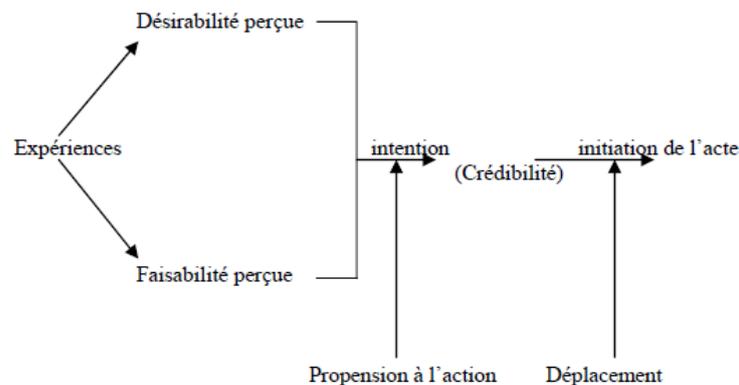
indirecte dans le sens où elle est influencée par les variables explicatives ou les « déplacements ». Cependant, Krueger s'aperçoit que la variable « déplacement » n'ajoute rien à la compréhension du modèle. L'idée commune est suivante : pour que des individus développent une intention de créer leur entreprise et de passer plus tard à l'acte, il faut qu'ils aient des attitudes favorables envers l'acte d'entreprendre⁶⁴.

Le modèle final proposé par Krueger et Carsrud combine en définitive les deux notions selon nous les plus pertinentes pour expliquer le déclenchement du processus : l'intention, à travers la théorie du comportement planifié, et le déplacement, issu des travaux de Shapero :

- Les perceptions de désirabilité de l'acte se forment par le système de valeurs des individus, qui se construit par l'influence des facteurs sociaux et culturels, notamment celle de la famille et des parents. Les expériences antérieures, les échecs dans des aventures entrepreneuriales sont des facteurs qui renforcent les perceptions de désirabilité. Cette variable inclut à la fois l'attitude à l'égard de l'action et la norme sociale perçue proposées par Ajzen (1991).
- Les perceptions de faisabilité de l'acte se construisent sur les perceptions des variables de soutien et d'aide de différentes natures. Plus précisément, il s'agit des ressources financières, humaines et techniques. La disponibilité des ressources financières influence directement la propension à entreprendre selon Shapero (1982).

La figure (5) modélise les différents points cités au-dessus :

Figure n° 5 : Le modèle de l'événement entrepreneurial tel que repris par Krueger (1993)



Source : Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale, Paris, 2012, P117.

⁶⁴ SALEH. L, op cit, p92.

Chapitre II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale.

A la suite de ces travaux précurseurs est apparu le concept d'intention, autour duquel a été construit un éventail assez large de modèles théoriques. Nous présentons ainsi les différents apports issus de ces modèles.

Le modèle théorique pour lequel nous avons opté pour guider notre recherche est celui proposé par la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). Ce modèle constitue l'un des modèles d'intention les plus utilisés. On s'accorde à considérer que les attitudes et les croyances prédisent les intentions qui, à leur tour prédisent le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). L'intention entrepreneuriale est devenue l'objet de l'attention de nombreuses études. Les modèles socio-psychologiques ont été la base d'une grande partie d'entre elles, et plusieurs de ces modèles ont été proposés afin de comprendre l'intention entrepreneuriale.

Conclusion

À travers ce chapitre, nous avons pu constater que la création d'entreprise est un vecteur important pour la création d'emploi et de la richesse. Cette création d'entreprise, elle-même, est précédée par l'intention de créer. Autour duquel a été construit un éventail assez large de modèles théoriques. A l'issue de ce chapitre, il nous a été donné de constater que l'intentionnalité est retenue comme une des composantes centrales du processus entrepreneurial et occupe une place extrêmement importante dans la décision de poursuivre une aventure entrepreneuriale.

L'intention entrepreneuriale reflète la volonté de l'individu à accomplir l'acte de création et à adopter le comportement entrepreneurial. Ainsi nous avons essayé de présenter les différents facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale.

Enfin, plusieurs recherches se sont consacrées à la modélisation de l'intention pour prédire le comportement de l'individu. L'utilisation d'intention part du présupposé que la création d'une entreprise correspond à un comportement intentionnel et planifiable (Krueger et Carsrud, 1993). La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), appliquée au domaine de la création d'entreprise, a permis, depuis le début des années 1990, de renouveler les approches et les modèles basés sur l'intention.

Autour de la variété des approches et des modèles théoriques, l'essentiel de notre contribution était de souligner l'importance de l'existence de l'approche intention et les différentes perspectives de recherche qu'elle ouvre à la communauté scientifique.

CHAPITRE III :
ANALYSE DE L'INTENTION
ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS
EN SCIENCE DE GESTION

Introduction

Il est nécessaire de rappeler que l'objectif de notre travail consiste à chercher de comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants. L'étude de l'intention entrepreneuriale des étudiants revient donc à analyser les facteurs qui la déterminent ainsi l'influence du programme ou des formations en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Pour ce faire, une enquête de terrain (par questionnaire) est réalisée sur un échantillon d'étudiants de fin de cycle en science de gestion inscrits à l'université de Bejaia.

Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de la méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail. Nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et de son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte des données ainsi que les principaux résultats. Ainsi, ce chapitre est structuré en deux sections. La première section sera consacrée à la présentation de lieu de l'enquête. Le deuxième point sera réservé à la présentation de la démarche méthodologique et les principaux résultats de l'enquête de terrain ainsi que les interprétations afin de pouvoir confirmer ou d'infirmer nos hypothèses de départ.

Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia (campus Aboudaou) et de la méthodologie de recherche

Le sujet de cette section est de présenter l'université de Bejaia (campus Aboudaou), le lieu de l'investigation de notre enquête. Ainsi la présentation de la démarche méthodologique de recherche adoptée pour la réalisation de notre enquête.

1.1. Présentation de l'université de Bejaia

L'université de Bejaia, créée en octobre 1983, est un établissement public d'enseignement supérieur pluridisciplinaire qui dispose, actuellement, de trois campus : l'un à Targa ouzemour, l'autre à Aboudaou, un troisième sis à Amizour et bientôt un autre a El- kseur (en voie d'achèvement). L'université de Bejaia tient ses origines des instituts nationaux d'enseignement supérieur (I.N.E.S) d'électrotechnique, des sciences de la Nature, de chimie industrielle, d'hydraulique, de langue et Culture Amazighes et des sciences exactes. L'université de Bejaia compte aujourd'hui plus de (41712) étudiants, encadrés par (1696) enseignants, accompagnés par (1281) personnels technique et administratifs qui se répartie sur plusieurs facultés : technologie, science exacte, science médicales, science humaine et sociale, science nature et de vie...etc. L'université de Bejaia couvre actuellement 60 formations en licence, 106 formations

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

en master et 37 formations en post-graduation. Elle est composée d'un rectorat, de quatre vice-rectorats et de huit facultés. Chaque secteur comporte des services administratifs et techniques¹.

1.1.1. La présentation de la faculté des sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion

Avant de présenter la faculté SECG, nous allons citer les différentes facultés existantes au niveau du campus Aboudaou de l'université de Bejaia. Il existe cinq (05) facultés :

- Sciences Economiques, Commerciales et des sciences de Gestion ;
- Droit, sciences politiques ;
- Lettres et des langues ;
- Sciences humaines et sociales ;
- Médecine.

Parmi ces facultés nous avons choisi celle des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion car notre enquête de terrain va toucher les étudiants de cette faculté, plus précisément ceux en licence, master I et master II du département des sciences de gestion.

1.1.1.1. Historique

Cette faculté a été créée le 05/12/2010 par le décret exécutif N°10-309 modifiant et complétant le décret exécutif N°98-218 portant la création de l'université de Bejaia. Se situant dans le prolongement de l'ex-faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, créée le 11/09/2007, elle est issue de la restructuration de la faculté de droit et des sciences économiques créée en décembre 1998.

1.1.1.2. Organisation

Assurant des enseignements de graduation et en post-graduation, les structures administratives et pédagogiques de la faculté sont organisées de la manière suivante :

- Le doyen de la faculté ;
- Le vice docteur chargé des études et questions liées aux étudiants ;
- Le vice décanat chargé de la post-graduation, de la recherche scientifique, et des relations extérieures ;
- Le secrétariat général ;
- Les chefs de départements ;
- Le responsable du domaine ;
- Les responsables de filières ;

¹ Guide de l'étudiant, (2019-2020).

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

- Les responsables de spécialités ;
- Le responsable de la bibliothèque.

1.1.1.3. La faculté en chiffre pour l'année universitaire (2019/2020)

Nous présentons l'effectif de la faculté SECG comme suite :

Tableau n°2 : L'effectif de la Faculté

Etudiants en graduation	7371
Etudiants en post-graduation	234
Enseignant	252
Personnel ATS	81
Spécialité en Licence	09
Spécialité en Master	14

Source : Guide de l'étudiant 2019-2020.

Au niveau de la faculté, il existe quatre (04) filières :

- Filière des sciences économiques ;
- Filière des sciences de gestion ;
- Filière des sciences financières et comptabilité ;
- Filière des sciences commerciales.

Ainsi, Dans chaque filière, il y a plusieurs spécialités et différents niveaux. Parmi ces filières et spécialité nous avons choisi la spécialité management et entrepreneuriat comme échantillon.

1.2. Présentation de la méthodologie de recherche

Dans cet élément, nous allons essayer de présenter la démarche méthodologique adoptée pour la réalisation de notre enquête. Nous allons ainsi présenter la conception de l'enquête et son déroulement, la structure, le contenu du questionnaire, et l'échantillon étudié. Notre travail s'est concentré sur les étudiants en science de gestion. La collecte des données a été réalisée, en partageant un questionnaire en ligne, comportant des interrogations relatives à notre thème de recherche. Le traitement statistique des données obtenues a été réalisé sur Excel.

1.2.1. Le déroulement de l'enquête

Vu la crise sanitaire que vit notre pays et le monde entiers, ainsi les circonstances de la pandémie, nous aurions aimé être sur le terrain afin de cibler un échantillon plus large. Pour cela nous avons opté pour un questionnaire en ligne, nous avons ciblé les groupes Facebook de chaque niveau. Nous avons mis en ligne notre questionnaire le début de mois d'aout et nous l'avons arrêtée en mi-aout. Nous tenons à préciser que nous avons rencontrés plusieurs

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

difficultés comme l'impossibilité de toucher l'ensemble des étudiants de L3, M1 et M2 des deux spécialités.

1.2.2. La présentation de la structure du questionnaire

Sur la base de la partie théorique et des modèles de l'intention entrepreneuriale, nous avons pu élaborer notre questionnaire et l'adopter au modèle d'Ajzan. Ce choix est justifié par le fait que le modèle d'Ajzan est plus souvent utilisé dans plusieurs recherches sur l'étude du comportement intentionnel. Ainsi notre questionnaire comporte 28 questions, qui s'articulent autour de quatre (04) principaux axes :

- **Axe n°1** : Informations générales et intention ; constitué de 11 questions, dont l'objectif est de traiter et analyser les résultats concernant les informations générales des étudiants enquêtés.
- **Axe n°2** : La désirabilité entrepreneuriale ; constitué de 6 questions, dont l'objectif est de mettre la lumière sur les facteurs sociaux et culturels qui influencent le système de valeur de l'individu, ainsi l'intérêt que porte les étudiants pour la création d'entreprise.
- **Axe n°3** : La faisabilité entrepreneuriale ; qui a son tour contient 7 questions, dont l'objectif est d'étudier le degré avec lequel un individu estime pouvoir mener à bien la création d'entreprise.
- **Axe n°4** : L'impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale ; constitué de 4 questions, dont l'objectif est de montrer l'effet des formations ou programmes sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de notre échantillon.

1.2.3. Le choix de l'échantillon

Dans notre recherche, nous avons ciblés les étudiants en science de gestion suivant des formations et des programmes en entrepreneuriat. Notre choix s'explique par le fait que ces derniers sont des sujets qui laissent supposer que les attitudes, les normes subjectives et les perceptions peuvent se développer et renforcer l'intention entrepreneuriale.

1.2.4. Les informations concernant notre échantillon

Dans notre enquête nous avons visé les étudiants des niveaux L3, M1 et M2 en science de gestion de l'année courante (2019/2020), plus précisément les étudiants inscrits en management et entrepreneuriat. Parce que nous jugeons qu'ils sont à quelques pas d'entamer leurs vies professionnelles et manifestent une variété d'intentions de carrière.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

Tableau n° 3 : Le nombre des étudiants des deux spécialités

Niveau d'étude	Management		Entrepreneuriat	
	Effectifs	%	Effectifs	%
Licence	160	43.01	96	36.09
Master I	132	35.48	125	47
Master II	80	21.51	45	16.91
Total	372	100%	266	100%

Source : Département des sciences de gestion

1.2.5. La taille de l'échantillon

Notre échantillon se compose de 111 étudiants sur une population totale qui est de 638 étudiants.

Section 2 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête de terrain

Dans cette section nous allons essayer de présenter les résultats de notre questionnaire. Nous allons essayer de lire les différents tableaux et figures, nous allons ensuite apporter notre interprétation et nos analyses par rapport aux résultats.

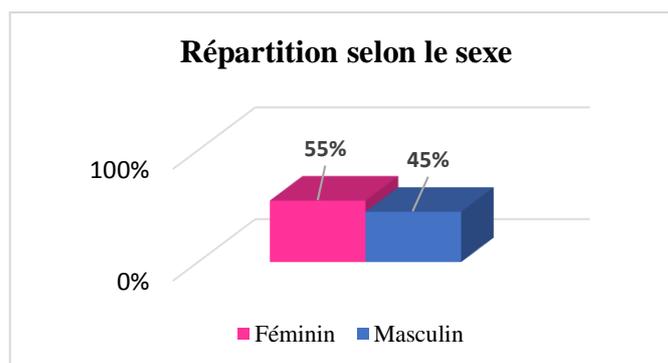
2.1. Informations générales et intention

Par rapport à cet axe, nous tenons à rappeler que l'objectif est de traiter et analyser les résultats concernant les informations générales des étudiants enquêtés.

2.1.1. La répartition des étudiants selon le genre

En termes de genre des personnes touchées par l'enquête, notre échantillon se présente comme indiqué par la figure ci-après.

Figure n°6 : Répartition selon le sexe



Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

A partir de cette représentation, nous constatons que la part du genre féminin est plus importante avec un taux de (55%) que celle du genre masculin avec un taux de (45%). Cela peut s'expliquer par un taux de réponse au questionnaire plus fort par les femmes que par les hommes.

2.1.2. Répartition selon le niveau d'étude

Tableau n°4 : La répartition des étudiants selon le niveau d'étude

	Effectifs	Pourcentage %
Licence	32	28.8
Master I	35	31.5
Master II	44	39.6
Total	111	100

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Le tableau ci-dessus, nous montre que le taux de réponse des trois niveaux est quelques peu similaire entre la formation Licence avec un taux de (28,8%), Master I avec un taux de (31,5%) et Master II avec un taux de (39,6). Ce qui voudrait dire le taux de réponse le plus important est celui de la formation Master II.

2.1.3. Répartition selon la spécialité d'étude

Tableau n°5 : Répartition des étudiants selon la spécialité d'étude

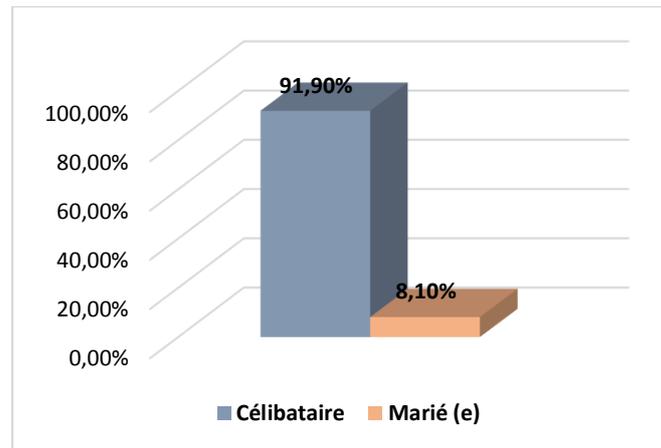
	Effectifs	Pourcentage %
Management	57	51.4
Entrepreneuriat	54	48.6
Total	111	100

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Parmi les répondants, la répartition de l'échantillon par spécialité et pour tous les trois niveaux à savoir (Licence, Master I, Master II) est de (51,4%) pour les étudiants en spécialité Management, contre (48,6) pour la spécialité Entrepreneuriat. Nous constatons que les taux se rapprochent, ce qui nous donne une base de comparaison.

2.1.4. Répartition selon la situation matrimoniale

Figure n°7 : La situation matrimoniale



Source : établie par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après la figure ci-dessus, nous constatons que la majorité des étudiants ayant répondu à cette question sont des célibataires avec un pourcentage (91,9%), alors que (8,1%) sont des étudiants mariés.

2.1.5. L'intention entrepreneuriale des étudiants

Rappelons que l'objectif de cette question est d'approcher les perceptions des étudiants par rapport au concept de l'intention entrepreneuriale.

Tableau n°6 : Le nombre des étudiants qui ont l'intention

--	Effectifs	Pourcentage%
Oui	89	80.2
Non	22	19.8
Total	111	100 %

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après le tableau ci-dessus, deux étudiants sur trois ont l'intention de créer leurs entreprises, soit un taux de (80,2%) contre un taux de (19,8 %) n'ayant pas ce désir. Cela peut être expliqué par l'attitude des étudiants qu'ils ont vis-à-vis de la création d'entreprise et les caractéristiques telles que la recherche de l'indépendance et d'autonomie.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

Tableau n°7 : Forme de création d'entreprise pour les étudiants qui ont l'intention

	Effectifs	Pourcentage %
Créer une entreprise	60	63.2
Reprise d'une entreprise familiale	6	6.3
Exercer une profession libérale	29	30.5
Total	95	100

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Ce constat lié à la forme de création d'entreprise pour les étudiants qui ont l'intention entrepreneuriale paraît paradoxal lorsque l'on tient compte des réponses quant à la question précédente ou on trouve le total des étudiants ayant l'intention entrepreneuriale est de 89 étudiants. En effet, d'après les réponses obtenues la plupart des étudiants souhaitent entreprendre dans la création d'entreprise avec un taux de (63%), exercer une profession libérale paraît aussi être une tendance assez préférée pour les étudiants avec un taux de (31%), contrairement à l'idée de reprendre une entreprise familiale.

2.1.5.1. Analyse de l'intention selon le sexe

Ce point a comme objectif de mesurer l'intention entrepreneuriale selon le genre.

Tableau n°8 : l'intention entrepreneuriale selon le sexe

Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?			
Oui		Non	
M	F	M	F
45	44	11	11

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Le tableau ci-dessus nous montre que le nombre d'étudiants du sexe masculin, ayant déclaré avoir l'intention de créer une entreprise sont au nombre de 45 étudiants sur un total de 56 étudiants masculin qui ont répondu à cette question. Ces données montrent que près de 9 étudiants sur 10 ont répondu favorablement à cette question. Par contre 11 étudiants du même sexe ne souhaitent pas créer d'entreprise.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

S'agissant des filles, 2/3 des répondantes ont déclaré avoir l'intention de s'inscrire dans une démarche entrepreneuriale. En effet 44 étudiantes sur un ensemble de 55 étudiantes ont répondu par l'affirmative à la question proposée. D'un autre côté 11 étudiantes n'expriment pas le désir de s'inscrire dans une démarche entrepreneuriale.

En tenant compte du genre du répondant par « oui », il en ressort que le sexe masculin est le plus important à avoir l'intention d'entreprendre que le sexe féminin (40,5% contre 39,6% respectivement). Toutefois, ce résultat est à relativiser dans la mesure que le nombre des femmes touchées par l'enquête est plus important que celui des hommes. Pour bien déterminer l'influence du genre sur l'intention entrepreneuriale nous avons comparé chaque répondant par rapport à l'échantillon initial dont il relève ; en procédant ainsi, nous constatons que les propos devancés sont confirmés, car (81%) des étudiants de sexe masculin ont l'intention entrepreneuriale contre (78%) du sexe féminin. Nous constatons la domination du sexe masculin, dû aux caractéristiques culturelles et sociologiques du pays, qui présentent que les métiers d'entrepreneuriat sont un domaine réservé exclusivement aux hommes à cause du facteur du risque que comporte ce genre d'activité et la lenteur de ce processus qui empêche ces femmes d'avoir cette idée ou l'intention entrepreneuriale.

2.1.5.2. Analyse de l'intention entrepreneuriale selon le niveau d'étude

Ce point a pour objectif d'analyser l'intention entrepreneuriale selon les trois niveaux, licence, Master I et Master II.

Tableau n°9 : l'intention selon le niveau d'étude

---		Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?				Total
		Oui	%	Non	%	
Niveau d'étude	Licence	26	23.42	6	5.41	32
	Master I	28	25.23	7	6.30	35
	Master II	35	31.53	9	8.10	44
Total		89	80.18%	22	19.82	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Conformément aux résultats du tableau ci-dessus, nous remarquons que l'intention entrepreneuriale pour les trois niveaux est très importante avec un taux de (80%), contre un taux de (20%) de ceux n'ayant pas l'intention d'entreprendre.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

2.1.5.3. Analyse de l'intention entrepreneuriale selon la spécialité

Tableau n°10 : L'intention selon la spécialité

Spécialité	Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?				Total
	oui	%	non	%	
Management	46	41.44	11	9.9	57
Entrepreneuriat	43	38.37	11	9.9	54
Total	89	--	22	--	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Dans le tableau ci-dessus, nous remarquons que l'intention entrepreneuriale est en première position dans la spécialité management avec un taux de (41%) étudiants. Suivi de la spécialité entrepreneuriat avec un taux de (38%), cela peut-être expliqué par le fait que le nombre d'étudiants en management est plus important que ceux en entrepreneuriat. Ainsi, à partir de ce constat nous rejetons notre hypothèse (H2) avancé dans notre problématique. Car notre analyse montre qu'au contraire l'intention entrepreneuriale est plus forte chez les étudiants en Management.

2.1.5.4. Analyse du niveau d'intention entrepreneuriale

Tableau n°11 : Le niveau d'intention des étudiants

Intensité	Effectifs	Pourcentage
faible	19	17.1
Moyenne	47	42.34
forte	27	23.32
Très forte	18	16.21
Total	111	100 %

39%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Comme le montre le tableau ci-dessus les étudiants ont moyennement l'intention d'entreprendre avec un taux de (42%) , suivi d'une forte à très forte intention avec un taux de (39%), puis d'une faible intention avec un taux de (17%) étudiants enquêtés.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

a) Analyse du niveau d'intention selon la spécialité management

Tableau n°12 : Analyse du niveau de l'intention entrepreneuriale selon la spécialité management

Intensité	Effectifs	Pourcentage
faible	9	15.78
Moyenne	25	43.85
forte	17	29.82
Très forte	6	10.52
Total	57	100 %

40.3%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

A partir des résultats obtenus, la grande partie des étudiants inscrit dans la spécialité management ont moyennement l'intention d'entreprendre avec un taux de (43.85%), leurs intentions peuvent aussi se montrer fortes à très forte avec un taux de (40.34%).

b) Analyse du niveau d'intention selon la spécialité entrepreneuriat

Tableau n°13 : Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale selon la spécialité entrepreneuriat

Intensité	Effectifs	Pourcentage
faible	10	18.51
Moyenne	22	40.47
Forte	10	18.51
Très forte	12	22.22
Total	54	100 %

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après le tableau représentatif des résultats l'intention entrepreneuriale des étudiants inscrits en entrepreneuriat est moyenne avec un taux de (40%), et pour un même taux de (40%) des étudiants de cette spécialité exprime une forte à très forte volonté à entreprendre. Cela peut être expliqué par le fait que la formation est dédiée beaucoup plus pour cette spécialité.

Selon les résultats obtenus des deux spécialités, nous pouvons dire que l'intensité de l'intention entrepreneuriale est moyenne à forte pour les étudiants des deux spécialités. Ce qui confirmerait alors ce que nous avons mentionné précédemment dans la partie théorique « la

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

formation en entrepreneuriat influence fortement l'intention entrepreneuriale des étudiants, mais cela ne veut pas dire que toute formation en entrepreneuriat mènera directement à un acte de création d'entreprise. » ce qui expliquerait aussi la faible intention des étudiants ainsi que ceux qui ne concrétiseront jamais l'intention de création. C'est-à-dire que ceux ayant une forte à très forte intention d'entreprendre s'inscrivent parmi les étudiants voulant entreprendre pendant la période des études, ceux ayant simplement une intention moyenne s'inscrivent dans la perspective d'une création juste après la période des études.

2.1.6. Le délai de concrétisation de création

Tableau n°14 : analyse du délai de concrétisation de création des étudiants

--	Effectifs	Pourcentage%
Pendant les études	17	15.32
Après l'obtention du diplôme	75	67.57
Jamais	16	14.41
Sans réponse	3	2.70
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Nous pouvons apercevoir que la majorité des étudiants souhaitent entreprendre juste après l'obtention de leurs diplômes avec un taux de (67,57%). Le taux des deux autres délais de concrétisation sont proche dans le sens où nous inscrivons un taux de (15,32%) pour ceux qui désirent concrétiser leur création pendant la période des études, et un taux de (14,41%) pour ceux qui ne concrétiseront jamais leur intention de création d'entreprise.

2.1.7. Les cours entrepreneuriales hors l'université

Tableau n°15 : le nombre des étudiants qui ont suivi des cours hors université

--	Effectifs	Pourcentage%
Oui	18	16.22
Non	93	83.78
Total	111	100 %

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

D'après le ci-dessus, nous constatons que 9 étudiants sur 10 n'ont pas suivi de cours hors université soit un taux de (83,7%). Ce qui explique que l'intention entrepreneuriale des étudiants de notre échantillon est uniquement influencée par les formations et les programmes d'enseignement. Ce qui pourrait être expliqué par le fait que l'enseignement de l'entrepreneuriat dans le contexte universitaire occupe une place de choix. Ceci se traduit par la diversité de l'offre de formation des programmes, qui répondent à des fins multiples. Il contribue à l'épanouissement de l'individu par le développement du goût d'entreprendre et stimule l'esprit d'entreprendre. Ainsi, sur les 18 réponses ayant répondu favorablement, la majorité d'entre eux ont suivi des formations sur internet soit plus de (80%) des étudiants, seul (3%) d'entre eux ont suivi des formations au niveau de la maison de l'entrepreneuriat qui est liée à l'université. Ce qui confirme ce que nous avons cité précédemment dans la partie théorique qu'au-delà de son rôle de sensibilisation des étudiants à l'entrepreneuriat elle aussi pour rôle de les former.

2.1.8. Le secteur d'activité

Tableau n°16 : Répartition selon le secteur d'activité

Secteur d'activité	Fréquences	Pourcentage (%)
Industrie	57	53.35
Agriculture	5	4.50
Service	35	31.54
Autre	14	12.61
Total	111	100%

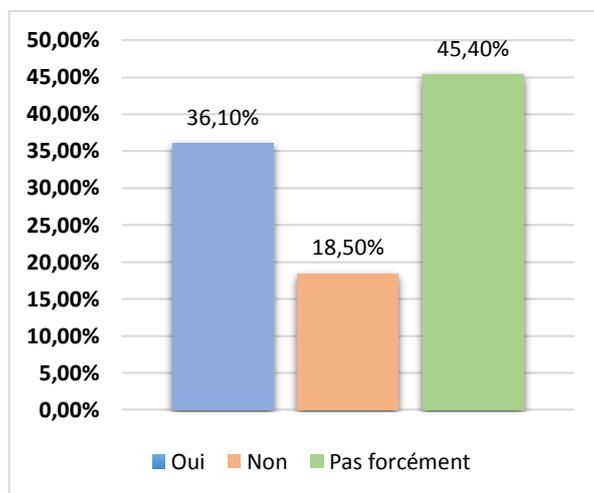
Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que concernant le domaine d'activité préféré, les étudiants semblent s'intéresser aux activités industrielles avec un taux de (53,35%). Les activités relevant du secteur des services soit (31.5%) sont peu attractives pour les étudiants, contrairement à la tendance concrète au niveau national selon laquelle les services dominent largement. Les choix se portant sur le domaine de l'industrie sont sans doute liée aux différents dispositifs d'aide pouvant les aider à réunir les moyens financiers nécessaires au démarrage de leurs entreprises.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

2.1.9. Le choix du secteur d'activité vis-à-vis de la formation

Figure n°8 : le choix du secteur d'activité



Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

En observant la figure ci-dessus nous déduisons que la majorité des étudiants soit (45.4%), voit que leur choix de secteur d'activité n'a pas forcément une relation avec leur formation. Et que (36,10%) des enquêtés voient que le choix de secteur d'activité dépend de la formation suivie. Cela peut être expliqué par le fait que la formation assurée n'est pas consacré à un secteur bien particulier.

Nous allons essayer dans ce qui suit analyser les résultats selon les deux spécialités, management et entrepreneuriat.

➤ Le choix du secteur d'activité selon les deux spécialités

Tableau n°17 : Le choix du secteur d'activité vis-à-vis de la formation selon les deux spécialités

Le choix de votre secteur d'activité doit-il avoir une relation avec votre formation ?					
	Oui	Non	Pas forcément	Sans réponse	Total
Management	22	6	27	2	57
Entrepreneuriat	17	14	22	1	54
Total	39	20	49	3	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

Le tableau ci-dessus, nous montre que (47%) des étudiants inscrit en management n'ont pas forcément l'intention d'entreprendre dans un secteur d'activité en relation avec leurs formations, pour un taux de (38%) des étudiants voulant entreprendre dans un secteur d'activité en relation avec leurs formations. D'après ce constats, nous pouvons confirmer que l'introduction du module « entrepreneuriat » dans la formation management, a permis à ces futurs manager d'envisager l'entrepreneuriat comme alternative de carrière.

D'autre part, les étudiants en entrepreneuriat qui n'ont pas forcément l'intention d'entreprendre dans un secteur d'activité en relation avec leur formation est de (40%), a l'instar de ceux qui sont favorable à cette perspective avec un taux de (31%), ce qui pourrait être expliqué par l'impact positif d'une formation complète dans le domaine de l'entrepreneuriat et qui est destinée aux futurs entrepreneurs.

2.1.10. Le choix d'implantation des entreprises

Tableau n°18 : Le choix d'implantation du projet

Choix	Effectifs	Pourcentage %
Wilaya de résidence	85	76.58
Hors wilaya	22	19.82
Sans réponses	4	3.60
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

A partir des données de ce tableau, pour la plupart des étudiants soit (76.5%) le choix d'implantation de leur projet est dans leurs wilaya même de résidence, ce qui peut être expliqué par une volonté de concrétisation du projet avec l'appui et les encouragements de leurs entourage, un réseau de connaissance plus large et une médiatisation plus facile de l'entreprise récemment crée. Contre un taux de (19.82%) de ceux voulant s'implanter hors de leurs wilaya de résidence, afin de s'ouvrir à d'autres marcher et de cibler une population plus spécifique.

2.2. La désirabilité entrepreneuriale

Par rapport à cet axe, nous tenons à rappeler que l'objectif est de mesuré le degré d'attrait qu'une personne (étudiants) ressent envers la création d'une entreprise.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

2.2.1. Attitude vis-à-vis de l'entrepreneuriat

Ce point a comme objectif de mesurer les perceptions des étudiants quant au statut d'entrepreneur.

Tableau n° 19 : Perception quant au statut d'entrepreneur

--	Effectifs	Pourcentage%
Favorable	100	90.10
Défavorable	9	8.10
Sans réponse	2	1.80
Total	111	100 %

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

La majorité des étudiants enquêtés soit (90%), montrent qu'ils ont une perception positive (favorable) du statut de l'entrepreneur. D'un autre côté sur les 111 étudiants, nous avons une minorité soit (08%) des étudiants qui ont une perception défavorable au statut d'entrepreneur. Ces résultats nous montrent que l'attitude favorable vis-à-vis de l'entrepreneuriat est l'un des facteurs inclus dans la théorie du choix de carrière entrepreneuriale et qui contribue à mieux prédire les comportements entrepreneuriaux.

➤ Perceptions des étudiants des deux spécialités quant au statut de l'entrepreneur

Tableau n°20 : Perception quant au statut d'entrepreneur selon les deux spécialités

Quelle est votre perception quant au statut d'entrepreneur ?							
	Favorable	%	Défavorable	%	Sans réponse	%	Total
Management	48	84.2	07	12.3	02	03.5	57
Entrepreneuriat	52	96.3	02	03.7	0	---	54
Total	100	---	09	---	02	---	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

Le tableau ci-dessus nous montre que (84.2%) des étudiants inscrits en management ont une perception favorable de l'entrepreneur. Contre (12.3 %) étudiants qui ont une perception défavorable. D'un autre côté, la spécialité entrepreneuriat est en avance par rapport à ceux en management avec un taux de (96.3%) soit 52 étudiants des 54 étudiants qui ont une perception positive du statut de l'entrepreneur, soit presque la totalité.

Pour expliquer ce résultat, nous nous sommes référées de la théorie du comportement planifié. Les résultats obtenus par les deux spécialités, justifie ce constat par les dimensions des attitudes comportementales qui peuvent influencer éventuellement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants, telles que les buts, les besoins et les motivations professionnelles (le besoin d'accomplissement, la recherche de l'autonomie...etc.), les valeurs et les croyances des étudiants. (Exemple : avoir l'intention de créer son entreprise peut s'expliquer par des attitudes qui se manifestent par le développement de l'esprit d'entreprise).

2.2.2. Les motivations entrepreneuriales

Tableau n°21 : Les motivations de l'entrepreneur

	Effectifs	%
Etre autonome (être mon propre chef)	42	38.5
Gagner plus d'argent	10	9.2
Réaliser un rêve	20	18.3
Echappe au chômage en créant mon propre emploi	21	19.3
Faire comme mes parents	2	1.8
Avoir un bon statut social	11	10.1
Autre	2	1.9
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après le tableau ci-dessus les motivations qui ont incité nos enquêtés à la réalisation de leur projet est répartie en cinq (06) catégorie :

En première lieu la majorité de nos enquêtés ont l'intention de réaliser leurs projets d'entreprise par la nécessité de satisfaire un besoin d'indépendance et d'autonomie avec un taux de (38.50%). Etre son propre patron, s'explique pour cette catégorie que la création est une

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

façon d'être libre et ne pas avoir à suivre des ordres d'un supérieur hiérarchique, d'assurer sa propre indépendance et d'avoir un certain mode de vie plus aisé.

En deuxième lieu (19.3%) des étudiants veulent créer leur entreprise pour contribuer à la création d'emploi afin d'assurer leurs avenir et diminuer le taux de chômage. Ceux-ci s'explique par le besoin croissant de nos enquêtés d'améliorer leurs compétences par des expériences, des relations et réaliser un projet en rapport avec leurs domaine d'étude.

En troisième lieu (18.3%) des étudiants veulent réaliser leurs rêves et ambitions et s'épanouir. D'un autre coté (10.1%) des étudiants veulent avoir un bon statut social. En dernier (9.2%) des étudiants enquêtés voit en l'entrepreneur une façon de gagner plus d'argent.

À partir de ce constat nous remarquons que les facteurs les plus pertinents qui poussent les étudiants de notre échantillon à vouloir concrétiser leurs projets sont la motivation de créer leurs propres entreprises pour être indépendant, et échapper au chômage. Nous constatons que leurs motivations ne sont pas forcément pour améliorer la situation financière et gagner plus d'argent. En effet, la majorité des étudiants de l'échantillon considèrent ces motifs non intéressant pour justifier le choix de l'aventure entrepreneuriale.

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Plusieurs motivations peuvent mener à l'influence de l'intention chez un entrepreneur et qui le pousse à l'acte entrepreneurial.

2.2.3. Perception de la réussite et de l'échec d'entreprise

Tableau n°22 : la réussite entrepreneuriale

Type de réponse	Effectifs	Pourcentage%
Réussite familiale	24	21.62
Sociale	6	5.41
Personnelle	31	27.93
Professionnelle	42	37.83
Autre	8	7.21
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après le tableau ci-dessus, la très forte réussite entrepreneuriale pour les étudiants qui ont l'intention de créer une entreprise est d'abord une réussite professionnelle qui dépend essentiellement des capacités et motivation qui sont les deux ingrédients essentiels pour y

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

contribué avec un pourcentage de (37.8%), en second lieu (27.93%) des étudiants la réussite entrepreneuriale est une réussite personnelle. Et d'autre part (21.62%) des étudiants voient qu'elle contribue à une réussite familiale, et en fin un taux de (5.41%) pour la réussite sociale.

Tableau n°23 : l'échec de l'entreprise créé

Type de réponse	Effectifs	Pourcentage%
Un échec financier	66	59.46
Un échec social	6	5.41
Un échec personnel	16	14.41
Un échec professionnel	16	14.41
Autre	7	6.31
Total	111	100%

30%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après le tableau ci-dessus, l'échec financier a été retenu par un pourcentage de (59%) des étudiants enquêtes, d'un autre coté nous avons (30%) des étudiants qui prétendent que l'échec d'une entreprise est un échec personnel et professionnel, et en fin (5.41%) des étudiants pensent que c'est un échec social. La défaillance financière peut être liée à des facteurs internes reliés aux manques d'expériences ou d'incompétences de l'entrepreneur.

2.2.4. Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale

Tableau n°24 : Les facteurs influençant le développement de l'intention entrepreneuriale

Type de réponse	Effectifs	Pourcentage%
Existence de modèles entrepreneurs	17	15.32
Enseignements spécifiques de la création d'entreprise	10	9.01
Les démarches administratives	8	7.21
Expériences de travail, de stage dans une entreprise	31	27.93
Les opportunités disponibles	25	22.52
Existence d'organismes d'accompagnement	16	14.41
Autres	4	3.6
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

Le tableau ci-dessus, montre que (27.93 %) des enquêtés voient que l'expérience de travail, de stage dans une entreprise constitue un facteur qui influence l'intention entrepreneuriale. Ce constat confirme ce que nous avons cités dans la partie théorique quant aux facteurs influençant l'intention entrepreneuriale (Les expériences précoces dans certaines expériences professionnelles). Cette expérience professionnelle permet d'acquérir et de perfectionner des techniques managériales, et une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux qui peuvent s'avérer d'une importance primordiale pour se lancer en affaire, et conduit l'entrepreneur vers la création d'entreprise. Il est éventuellement possible que ce soit une mauvaise expérience professionnelle qui les pousserait à envisager une carrière entrepreneuriale. En deuxième lieu les opportunités disponible avec un pourcentage de (22.52%), il est en évidence remarquable aussi que les facteurs économiques jouent un rôle important sur le développement de l'influence l'intention entrepreneuriale. Ainsi (15.32%) des répondants déclarent que l'existence de modèle d'entrepreneurs est un déterminant de l'intention. Suivi de (14.41%) pour l'existence d'organisme permettant de les accompagner dans leur projet, et finalement un faible taux de (7.21%) qui optent pour les démarches administratives.

2.2.5. Norme sociale

Tableau n°25 : La réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise

La réaction	Effectifs	Pourcentage %
Elle vous encourage	95	87.2
Elle vous décourage	2	1.8
Aucune réaction	12	11
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Dans notre étude, la norme sociale correspond au degré d'approbation ou de désapprobation perçue par l'étudiant de la part des gens dont l'opinion lui importe. La plupart des étudiants enquêtés voir (87.2%) ont des familles qui les encourageraient s'ils se lançaient dans un projet de création d'entreprise, afin de crée une rente, généré une richesse et aussi pour la réussite personnel et familiale.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

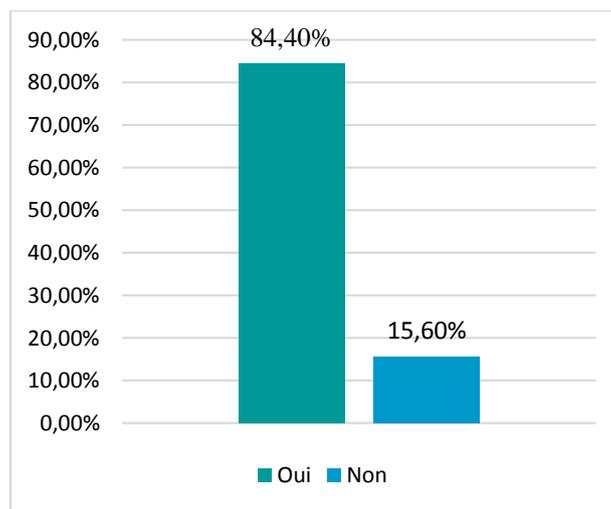
A travers notre recherche nous avons pu constater que la famille a une influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Comme défendu par Ajzen et Fishbein (1980), cette variable a une influence sur les intentions à travers leur effet sur l'attitude.

2.3. La faisabilité entrepreneuriale

Par rapport à cet axe, nous tenons à rappeler que l'objectif est de mesurer la volonté, l'envie, et le degré avec lequel un individu estime pouvoir mener à bien la création d'entreprise. La faisabilité entrepreneuriale constitue le principal moteur de l'intention

2.3.1. Capacité entrepreneuriale

Figure n°9 : la capacité de créer une propre entreprise.



Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

La figure ci-dessus indique que (84.4%) des étudiants enquêtés s'estiment capable de créer leur entreprise, alors qu'une minorité de (15.6 %) étudiants se jugent incapables. Les croyances de faisabilité nous permettent d'affiner la perception de capacité des étudiants face à la création d'entreprise. Cela nous mène à conclure que la capacité entrepreneuriale des étudiants enquêtés représente leurs confiances en leurs capacités à mener à bien les actions requises pour arriver à un certain résultat ou encore la croyance en leurs capacité personnelle à réaliser une tâche.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

➤ La capacité entrepreneuriale des étudiants des deux spécialités

Tableau n°26 : la capacité de créer une entreprise selon les deux spécialités

Etes-vous capable de créer votre propre entreprise ?							
	Oui	%	Non	%	Sans réponse	%	total
Management	47	82.5	9	15.8	1	1.7	57
Entrepreneuriat	45	83.5	8	14.8	1	1.9	54
Total	92	---	17	---	2	---	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Alors que la capacité de créer une entreprise constitue une variable clé de la théorie du comportement planifié, une analyse par rapport aux deux spécialités a été faite. En premier lieu on trouve que (83.5%) des étudiants inscrits en entrepreneuriat ce qui constitue presque la majorité, s'estiment capable de créer leurs entreprises. D'un autre côté, (82.5%) des étudiants en management prétendent aussi être capable de créer leurs entreprises. Cela peut être expliqué par la motivation entrepreneuriale, ou bien par les mesures prises par l'état en matière d'encouragement par des dispositifs qui consiste à promouvoir et soutenir la création d'entreprise qui donnera lieu à un certain résultat (exemple : ils pensent qu'elle peut leurs faire gagner beaucoup d'argent).

Ainsi, conformément à la théorie du comportement planifié, nous constatons que plus l'attrait pour la création d'une entreprise est fort, plus la norme sociale perçue est favorable à la création et plus la capacité entrepreneuriale perçue est élevée, plus forte sera l'intention de l'étudiant de créer une entreprise à l'issue de ses études. Ce qui nous pousse à valider que les trois variables ont un effet significatif sur l'intention. Etant donné que ces résultats ont été mis en évidence lors de la revue de la littérature.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

2.3.2. L'influence de l'entourage

Tableau n°27 : L'existence des entrepreneurs dans l'entourage à imiter

---	Effectifs	Pourcentage %
Oui	60	54.05
Non	46	41.44
Sans réponse	5	4.51
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Le tableau ci-dessus indique que (54%) des étudiants déclarent l'existence des entrepreneurs dans leur entourage qu'il considère comme étant des modèles à imiter de faite qu'ils ont réussi dans leurs vies professionnelles.

Dans le détail, les étudiants qui ont déclaré avoir des entrepreneurs dans leurs entourage avec un taux de (53.5%) il s'agit de leurs amis, (28.2%) d'entre eux sont leurs pères et (15.5 %) sont leurs frères. Il apparaît que les amis, la famille et les professeurs seraient également favorables face à ce choix professionnel, ce qui donne plus de poids dans la décision de l'étudiant de créer une entreprise.

Tableau n°28 : L'influence de l'entourage selon les deux spécialités

Y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter ?							
	Oui	%	Non	%	Sans réponse	%	Total
Management	35	61.4	19	33.3	3	5.3	57
Entrepreneuriat	25	46.3	27	50	2	3.7	54
Total	60	---	45	---	5	---	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants

La lecture de données présentées ci-dessus, désigne que la plupart des étudiants enquêtés inscrit en management soit (61,4%) déclarent avoir des entrepreneurs à imiter. Contre (46%) des étudiants inscrits en entrepreneuriat qui ont des modèles à imiter. Il est donc intéressant de constater que l'entourage entrepreneurial (avoir un parent ou un proche créateur d'entreprise)

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

modifie la confiance que l'étudiant porte sur sa capacité à gérer un processus de création d'activité.

A travers notre recherche nous avons pu constater que la famille et l'entourage ont une influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cela est affirmé par le cadre théorique que nous avons adopté à travers le modèle du comportement planifié (d'AJZEN 1991) que les normes sociales perçus ; qui est 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 dans ce qu'il voudrait entreprendre.

Donc on constate que les étudiants de notre échantillon accordent une importance centrale, quant à la décision de créer une entreprise, à l'opinion des divers membres de la famille qui la constitue. Ces étudiants sont bien influencés par l'opinion de leur entourage, consacrant ainsi la valeur culturelle, a priori encore bien incarnée, d'obéissance parentale absolue. Bien que la structure de la famille algérienne soit claire, le jeune Algérien ne quitterait le foyer parental sauf lorsqu'il se marie, ce qui accentue naturellement l'influence de ses parents sur ses décisions.

2.3.3. Les principaux obstacles à la création d'entreprise

Tableau n° 29 : les différents obstacles à la création d'entreprise

Type de réponse	Effectifs	Pourcentage%
Moyens financiers	55	49.55
Manque d'expériences	24	21.62
Mauvais choix de secteur d'activité	8	7.21
Réaction de l'entourage	3	2.70
Les démarches administratives	12	10.81
Autres	9	8.11
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après les résultats de notre travail, la majorité des étudiants dont (49.5%) des répondants affirme que l'obstacle majeur à la création d'entreprise est le moyen de financement. Ainsi, nous pouvons dire que le financement est un couteau à double tranchant dans la mesure

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

où en cas d'indisponibilité de financement à travers un rejet d'une demande de prêt bancaire, ou des différents dispositifs d'aide ou encore un épargne personnel minime pourrait s'avérer fatidique pour mener à bien son projet. D'un autre côté si l'on dispose de financement suffisant mais qu'on ne sache pas le gérer il pourrait être un facteur de risque pour l'entreprise, comme cité auparavant. Mais pas que, (21.62%) des étudiants affirme qu'il est important d'avoir une bonne expérience professionnelle car elle leur permettrait de mieux se projeter dans leur projet et de mieux faire face aux risques et aux obstacles auxquels l'entreprise peut se heurter au cours de son activité. Seuls (10.82%) des répondants affirment ne pas aboutir dans leur projet pour des raisons de démarches administratives.

D'après SHAPERO et SOKOL la perceptions de faisabilité d'entreprendre se construit sur les perceptions de variables de soutien et d'aides de différent nature, à savoir la presse spécialisée, l'aide du conjoint ou amis proches les conseils et la formations en entrepreneuriat. Nous déduisons à partir de ces résultats que les moyens de financements, et le manque d'expérience qui peut être expliquer par le manque de renforcement de la formation initiale par des stages pratiques et des spécialistes dans le domaine, ou les spécialités universitaire qui ne permettent pas à ces jeunes d'avoir une vision de la réalité professionnelle et même de contribuer à l'émergence de l'intention d'entreprendre dans l'avenir. Sont des obstacles qui freinent l'envie des étudiants à réaliser leurs projets.

2.3.4. Les sources de financement

Tableau n° 30 : Les moyens de financement pour la création d'entreprise

Source de financement	Effectifs	Pourcentage %
Epargnes personnels	30	27
Epargnes familiales	17	15,3
Prêt d'ami(e)	2	1,8
Prêt de la parenté	8	7,2
Prêt bancaire	24	21,6
Dispositifs d'aides	21	19
Autres	9	8.10
Total	111	100%

Source : établi par nous-mêmes d'après les réponses des étudiants.

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous remarquons que la majorité des étudiants souhaitant entreprendre. Soit (27%) des étudiants compte investir leurs épargnes

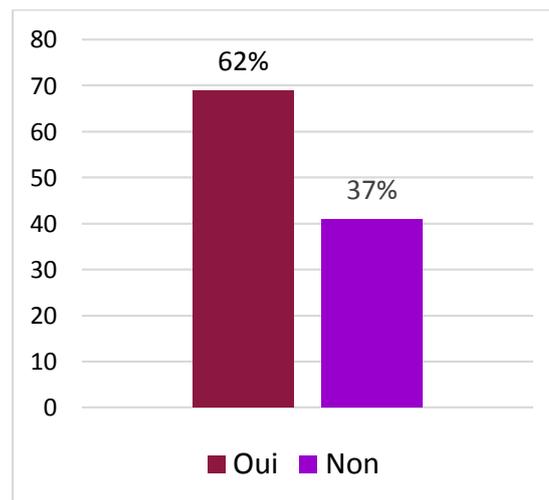
Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

personnel dans la concrétisation de leurs projets, ce qui expliquerait leur tendance à l'expérience professionnelle car elle leur permettrait d'épargner leur salaire pour concrétiser leur projet. Pour un taux de (21,6%) se serait le prêt bancaire car c'est le moyen le plus facile et le plus rapide pour passer à l'acte de création. D'autre part, il y'a ceux qui préfère passer par les dispositifs d'aide avec un taux de (19%). Ces étudiants s'orientent alors vers ces dispositifs afin d'être mieux encadrer, conseiller et de financer directement leurs entreprise crée, ce qui confirme ce qui a été mentionner dans la théorie, la faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics vers des modes de soutien et d'accompagnement pour stimuler l'entrepreneuriat. Les trois dispositifs phares sont, l'ANDI, l'ANSEJ et la CNAC. Et qui s'inscrivent dans deux dynamiques, création d'entreprises et création d'emplois.

Cela nous mène à conclure que nos enquêtés ont déjà prévue la procédure de financement de leur projet d'avenir en fonction de l'importance accordée à ce dernier.

2.3.5. Les dispositifs d'aide à la création

Figure n°10 : Présentation des résultats relatifs aux dispositifs d'aide à la création



Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après les réponses obtenus, la majorité des répondants soit (62%) affirme être assez informé sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie. Car elle leurs procure un encouragement, une aide et des financements, ce sont alors des dispositifs importants pour les porteurs de projets. Contre un taux de (37%) de ceux qui ne sont pas assez informer, soit par négligence de ces dispositifs ou par l'intention d'entreprendre seul et sans aucune aide externe.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

➤ Analyse de l'intention de créer une entreprise selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprise selon les deux spécialités.

Tableau n° 31 : Analyse de l'intention de créer une entreprise selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

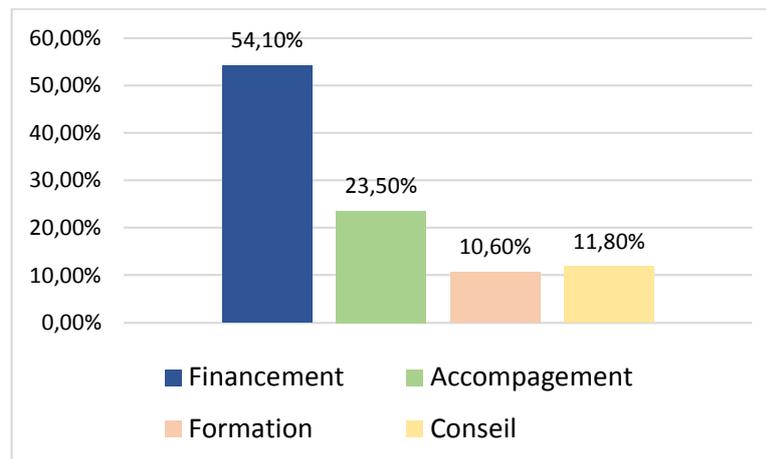
Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création ?							
	Oui	%	Non	%	Sans réponse	%	Total
Management	39	68.4	14	24.6	4	7	57
Entrepreneuriat	32	59.3	21	38.8	1	1.9	54
Total	71	---	35	---	5	---	111

➤ Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

A partir du tableau ci-dessus, nous constatons qu'un taux élevé des répondants dans les deux spécialités affirme que les dispositifs d'aide faciliteront la concrétisation de leur projet de création avec des taux de (68% et 59% respectivement), c'est-à-dire que ces étudiants ont tenté de chercher des informations utiles par rapport à ces dispositifs à savoir (ANDI, CNAC et ANSEJ) pour leur faciliter la création de leur entreprise. Contre ceux qui pensent au contraire qu'ils ne faciliteront pas la concrétisation de leurs projet pour un taux de (24%) pour la spécialité management et un taux de (38%) pour la spécialité entrepreneuriat. Ceci peut être expliqué par le fait qu'ils n'ont en pas besoin ou préfère au contraire tout faire d'eux-mêmes, ou encore parce que ces dispositifs ne les arrange pas.

Nous allons analyser dans ce qui suit les attentes des étudiants concernant les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

Figure n°11 : Les attentes concernant ces dispositifs



Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Cette représentation, nous permet de dire que plus de la moitié des répondants soit un taux de (54%) attendent un financement de la part de ces dispositifs. D'autre part un taux de (23%) attendent un accompagnement. Contre un taux faible de (11%) et de (10%) de ceux qui attendent des conseils et des formations.

Nous constatons que ces résultats sont paradoxal a ceux obtenus précédemment (tableaux 28 et 30), les répondants affirment que le financement est les facteurs principale qui pourrait mener à bien leur projet de création, sauf que ces financement proviennent des épargnes personnels, or que leur attentes des dispositifs d'aides c'est le financement de leur projet. Ce paradoxe pourrait être levé si l'on admet que ces étudiants ont recours aux dispositifs d'aide sauf que ces dernier n'attribue pas de financement a tous les porteurs de projet qui se présente a eu, sauf à ceux qu'ils considèrent avoir des projets prometteur, nous pouvons ainsi expliquer le fait que ces étudiants recours d'abord à une carrière salariale pour leur permettre d'acquérir non seulement de l'expérience mais aussi de leur permettre d'épargner de l'argent.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

2.3.6. La capacité des étudiants

Tableau n°32 : La mesure de la capacité des étudiants

		Pas du tout Capable	Plutôt pas Capable	Je ne sais pas	Plutôt Capable	Tout à fait capable	Sans réponse	Total
Connaître les étapes du processus de création d'une entreprise	Effectif	10	19	20	44	7	11	111
	%	9.01	17.12	18.02	39.64	6.31	9.91	100%
Estimer les risques du projet	Effectif	9	20	26	33	13	10	111
	%	8.11	18.02	23.42	29.73	11.71	9.01	100%
Trouver des personnes compétentes pour travailler avec vous	Effectif	8	14	29	33	16	11	111
	%	7.21	14.41	26.13	29.73	14.41	9.91	100%
Disposer dans tous les domaines des compétences nécessaires à la création d'une entreprise	Effectif	7	16	26	34	15	13	111
	%	6.30	14.41	23.42	30.63	13.51	11.71	100%
Contrôler la situation	Effectif	6	14	22	34	23	12	111
	%	5.41	14.41	19.82	30.63	20.72	10.81	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Elle a été mesurée sur une échelle allant de « pas du tout capable » à « tout à fait capable ». D'après le tableau ci-dessus, la majorité des étudiants interrogés déclarent que sont plutôt capable de connaître les étapes du processus de création d'une entreprise avec un taux de (39.6%), et disposer dans tous les domaines des compétences nécessaires à la création d'une entreprise et de contrôle de la situation avec un taux de (30.6%). Par contre, les étudiants ont un doute à trouver des personnes compétentes pour faire un partenariat d'association avec un taux de (26.1%) suivi de ceux qui trouvent des difficultés de prévoir les risques dans l'avenir devant un marché incertain avec un taux de (26%). Et quelques étudiants avouent qu'ils sont dans l'incapacité de connaître les étapes du processus de création d'une entreprise avec un taux de (17.1%), et une part de (5.4%) des étudiants pour le contrôle de la situation.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

2.4. L'impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale

L'enseignement en entrepreneuriat influence le comportement des étudiants et leurs intentions. Par rapport à cet axe, nous tenons à rappeler que l'objectif est de mesurer l'impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale montre l'intérêt que portent les étudiants vis-à-vis de la voie professionnelle.

2.4.1. L'influence des programmes d'enseignements entrepreneuriat

Tableau n°33 : L'influence des PEE sur les étudiants

---	Effectifs	Pourcentage %
Oui	91	81.98
Non	17	15.32
Sans réponse	3	2.70
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Nos résultats montrent que la totalité de l'échantillon, soit (81.98%) des étudiants sont influencés par les programmes d'enseignement en entrepreneuriat. l'enseignement et la formation en entrepreneuriat semblent influencer de manière générale les intentions et les comportements entrepreneuriaux cela montre l'impact positif et significatif des formations. Contre (15.32%) dqui ne sont pas influencés.

Plusieurs recherches empiriques ont montré que la présence des programmes d'enseignement en entrepreneuriat dans le cursus universitaire est une incitation importante pour que les étudiants s'intéressent à une carrière entrepreneuriale (Autio et al, 1997). En d'autres mots, les programmes s'avèrent efficaces pour fournir la boîte à outils nécessaire au processus de création d'entreprise.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

Tableau n°34 : les techniques de formations qui influencent l'intention entrepreneuriale

	Effectifs	Pourcentage %
Module	48	43.24
Stage	32	28.83
Colloque et entretiens	12	10.81
Autres	2	1.80
Sans réponse	17	15.32
Total	111	100%

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

Dans le tableau ci-dessus, nous constatons que les étudiants qui sont influencé par les PEE pour (43.24%) sont influencés par les modules enseignés au cours de leur formation. (28.83%) sont quant à eux influencés par les stages et le reste soit (10.81%) sont influencé par les colloques ainsi que les entretiens.

➤ L'influence des PEE selon les deux spécialités

Tableau n° 35 : L'influence des PEE sur l'intention des étudiants des deux spécialités

Les programmes d'enseignement en entrepreneuriat influencent-ils positivement votre intention entrepreneuriale ?							
Spécialités	Oui	%	Non	%	Sans réponse	%	total
Management	45	78.9	10	17.5	2	3.6	57
Entrepreneuriat	46	85.2	7	12.9	1	1.9	54
Total	91	---	17	---	3	---	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

L'analyse des résultats obtenus selon les deux spécialités, nous a permis de constater que l'impact des PEE est d'autant plus fort chez les étudiantes en entrepreneuriat avec un taux de (85.2%) et cela peut être justifié par le fait que la formation est dédiée pour cette spécialité. Contre (78.9%) des étudiants en management sont influencé par la formation. Cette analyse montre également l'impact positif de l'enseignement, en ce sens qu'il augmente le niveau de ces caractéristiques ainsi que la probabilité de réaliser un acte entrepreneurial dans un futur

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

proche. Nos résultats suggèrent qu'un PEE pourrait former les étudiants en leur donnant des connaissances et des informations au sujet des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat d'une manière plus objective. Un PEE peut permettre à des étudiants d'envisager différemment et de manière plus approfondie l'option entrepreneuriale, jouant un rôle important dans la formation de leur intention entrepreneuriale et peut-être dans sa persistance.

En termes d'implications théoriques, les résultats de notre recherche confirment l'intérêt du concept d'intention entrepreneuriale et de son opérationnalisation à l'aide de la théorie du comportement planifié pour évaluer l'impact des formations en entrepreneuriat. De ce fait nous confirmons la première hypothèse (**H1**), et nous pouvons dire que l'enseignement et la formation en entrepreneuriat affecte l'intention entrepreneuriale des étudiants.

2.4.2. L'impact d'une formation académique entrepreneuriale

Tableau n°36 : l'influence d'une formation académique dans le domaine de l'entrepreneuriat

Jugez-vous qu'une formation académique dans le domaine de l'entrepreneuriat vous encourage à passer à l'acte entrepreneurial ?							
spécialités	Oui	%	Non	%	Sans réponse	%	Total
Management	35	61.4	15	26.3	7	12.3	57
Entrepreneuriat	34	62.9	18	33.3	2	3.8	54
Total	69	---	33	---	7	---	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

D'après les résultats recueillis, nous constatons que (61%) des étudiants dans la spécialité management affirme être encouragé à passer à l'acte entrepreneurial, à travers les formations académique entrepreneuriale. Ce qui voudrait dire, que rien que l'enseignement d'un module en entrepreneuriat pourrait influencer les étudiants à penser à une carrière entrepreneuriale. Contre un taux de (26%) infirmant être encourager à entreprendre par les formations académique. Ainsi les étudiants en entrepreneuriat sont plus de (62%) à être encourager à

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

entreprendre, influencés par la formation académique en entrepreneuriat. Ceci semble être logique car tout un programme d'enseignement leur a été dédié. Contre (33%) d'entre eux qui n'estime pas être encouragés par la formation.

A travers notre analyse, nous constatons, que peu importe si c'est simplement un module enseigné dans le domaine de l'entrepreneuriat ou tout un programme d'enseignement, l'influence est positive. Parmi les étudiants ayant répondu par « oui », ils considèrent être encourager à passer à l'acte entrepreneurial par la formation académique car elle leurs permet de passer de l'idéalisme au concret, des enseignant qui a travers l'enseignement de certains modules leurs ont donné l'envi, la force et le courage de passer à l'acte, que le domaine de l'entrepreneuriat est très diversifier et que par l'accumulation des connaissances sur ce domaine ont fini par être inciter à devenir entrepreneur. Au contraire ceux ayant répondu par « NON », considèrent que la formation est incomplète du fait du manque de pratique, de stage, de sortie pédagogique, aussi par le fait que la formation contient trop de théorie, ce qui les décourage aussi est le fait que ce qu'on peut étudier dans la formation est différent de ce qu'on trouve sur le terrain, mais aussi que l'intention entrepreneuriale ne dépend pas uniquement d'une formation, c'est un état d'esprit avant tout. Il est à souligner que la formation en entrepreneuriat au niveau académique est importante, parce qu'elle oriente l'étudiant vers la détection des opportunités entrepreneuriales, la créativité et l'innovation.

2.4.3. Le rôle des formations en entrepreneuriat par rapport aux autres facteurs

Tableau n°37 : le rôle des formations par rapport aux autres facteurs

Selon vous les formations organisées dans le domaine de l'entrepreneuriat jouent un rôle primordial par rapport aux autres facteurs influençant l'acte d'entreprendre ?							
Spécialités	Oui	%	Non	%	Sans réponse	%	total
Management	44	77.2	7	12.3	6	10.5	57
Entrepreneuriat	46	85.2	7	12.9	1	1.9	54
Total	90	---	14	---	7	---	111

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

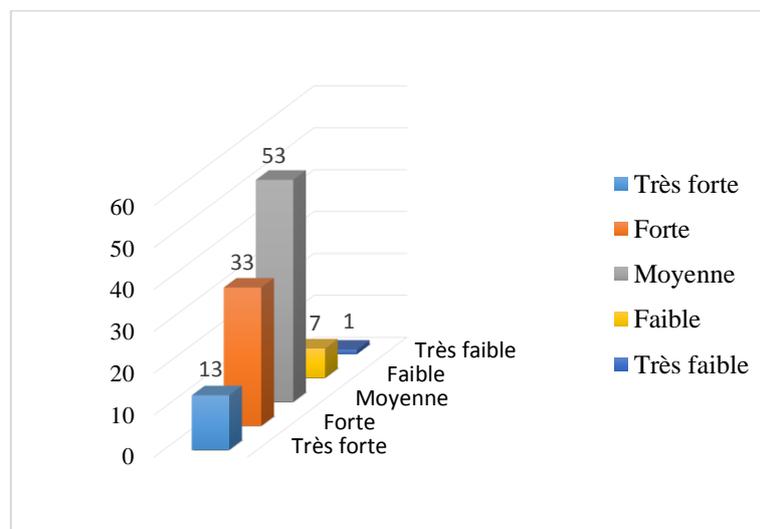
Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

A partir des résultats du tableau ci-dessus, nous constatons que (77%) des étudiants inscrits en management sont d'accord, au fait que la formation entrepreneuriale les influencerait. contre (12%) de ces étudiants rejette ce fait. D'un autre côté, la grande majorité des étudiants en entrepreneuriat soit (85%) affirme être plus influencé par les formations entrepreneuriale que les autres facteurs, le nombre restant des étudiants qui est de (12%) infirme cela.

Par ailleurs, cela nous porte donc à dire que l'influence des formations dans le domaine entrepreneuriale, jouerait un rôle primordial par rapport aux autres facteurs ce qui confirmerait donc ce qui a été cité dans notre partie théorique. C'est ainsi que Johannisson (1991), Autio et al (1997), soulignent le rôle positif de la perception qu'ont les étudiants de l'entrepreneuriat en tant qu'alternative de carrière et celui des ressources et autres supports fournis par l'environnement universitaire. L'éducation et la formation en entrepreneuriat influencent les comportements présents des étudiants et leurs intentions comportementales (Kolvereid, Moen, 1997 ; Tkachev, Kolvereid, 1999 ; Fayolle, 2002).

2.4.4. Evaluation de l'impact des programmes ou de formation en entrepreneuriat sur intention entrepreneuriale

Figure n° 12 : l'impact des formations sur l'intention entrepreneuriale des étudiants



Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

L'évaluation de l'impact des programmes dans le domaine de l'entrepreneuriat dépend du niveau initial de l'intention entrepreneuriale des participants. Les résultats dans la figure ci-dessus montrent que (47.47%) des étudiants des deux spécialités sont moyennement influencés

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

par les programmes ou formation par le fait qu'ils contribuent au développement de l'esprit d'entreprendre. Et (44.44%) voient que les formations ont un fort impact sur leurs intentions entrepreneuriales, contre (7.21 %) des étudiants qui voient leur impact faible voir très faible.

Tableau n° 24 : L'impact des programmes ou de formation en entrepreneuriat selon les deux spécialités

Comment évaluez-vous l'intensité de l'impact des programmes ou de formation en entrepreneuriat sur votre intention entrepreneurial ?				
-----	Management		Entrepreneuriat	
	L'effectif	%	L'effectif	%
Très forte	5	8.7	8	14.8
Forte	11	19.3	22	40.7
Moyenne	31	54.4	22	40.7
Faible	6	10.5	1	1.9
Très faible	0	0	1	1.9
Sans réponse	4	7.1	0	0
Total	57	--	54	--

Source : établi par nous-même d'après les réponses des étudiants.

A la question de savoir, comment les étudiants des deux spécialités évaluent l'intensité de l'impact des programmes ou des formations sur l'intention entrepreneurial, un peu plus de la moitié des étudiants inscrits en management voient que l'impact des programmes ou de formation ont un impact moyen avec un taux de (54.4%) et (19.3%) d'entre eux voient un fort impact, le reste soit (10.5%) voient que les programmes ont un faible impact. D'autre part, nous constatons que pour un même taux soit (40,7%) les étudiants en entrepreneuriat ont un impact moyen a fort. Et (14.8%) voient que son intensité est très forte.

Partant du principe que les formations influencent le niveau d'intention entrepreneuriale initial du participant. Il est en effet reconnu dans la littérature que des facteurs individuels et contextuels peuvent influencer l'impact d'une formation, et cette dernière contribue à influencer l'intention entrepreneuriale des étudiants. On peut supposer que les étudiants ayant déjà l'intention entrepreneuriale sont plus influencés par une formation, ce sont eux même qui voient

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

que les programmes et formations dans le domaine entrepreneurial ont un impact moyen voir fort. Par conséquent, nous constatons qu'il existe une relation directe, d'une part la variation de l'intention entrepreneuriale et d'autre part le rôle des formations dans le domaine entrepreneuriale.

Ces résultats nous donnent la possibilité de synthétiser que l'entrepreneuriat des étudiants d'une manière générale doit être encouragé et favoriser et les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrière et les fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme. Celle-ci contribuera à remédier certains problèmes sociales qu'affectent cette couches à savoir le chômage, l'insertion sociale etc.

Synthèse des résultats de l'enquête : Notre enquête par questionnaire nous a permis de constater que :

- Notre échantillon est favorable à l'entrepreneuriat, 80.2% étudiants ont déclaré avoir une intention entrepreneuriale ;
- L'intention entrepreneuriale est plus forte chez les étudiants inscrits en management, avec une primauté du genre masculin malgré une forte présence féminine ;
- La majorité des étudiants souhaitent entreprendre juste après l'obtention des diplômes ;
- la plupart des étudiants ayant l'intention d'entreprendre souhaiterait créer leur propre entreprises dans un secteur industriel une fois que l'expérience et les capitaux nécessaire soit acquis ;
- L'attitude envers la création d'entreprise s'explique par la perception de l'étudiant sur le monde de l'entrepreneuriat ;
- La majorité des étudiants de notre échantillon ont l'intention de réaliser leurs projets d'entreprise par la nécessité de satisfaire besoin de l'indépendance et d'autonomie, ainsi pour échapper au chômage ;
- les facteurs ayant influencé l'intention entrepreneuriale de notre échantillon sont les facteurs individuels et certaines expériences professionnelles ;
- l'influence de l'entourage et l'existence des entrepreneurs là où décline-les enquêtés joue un rôle important sur leurs intentions entrepreneuriales ;
- Les moyens de financement et le manque d'expérience sont des obstacles qui freinent l'envie de la réalisation des projets ;
- la majorité des étudiants prétendent avoir la capacité d'entreprendre avec un appui des différents dispositifs d'aides pour le financement et l'accompagnement de leur projet.

Chapitre III : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion des formations entrepreneuriat et management.

- La présence des programmes d'enseignement en entrepreneuriat dans le cursus universitaire influence fortement les étudiants ;
- La formation en entrepreneuriat au niveau académique est importante du fait qu'elle oriente l'étudiant vers la détection des opportunités entrepreneuriales, la créativité et l'innovation ;
- l'impact des programmes d'enseignement entrepreneuriale, ils sembleraient avoir un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants car ils les formeraient, les encourageraient, et les prédisposeraient à envisager une carrière entrepreneuriale comme alternative de carrière.

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons pu présenter notre enquête qui a été menée à l'université de Bejaia, au sein de la faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, nous avons ciblé un échantillon d'étudiants inscrit en management et en entrepreneuriat du département des sciences de gestion.

Nous avons élaboré cette enquête par questionnaire en ligne, auprès de 111 étudiants des spécialités management et entrepreneuriat, des trois niveaux : licence, master I et master II.

Nous tenons à préciser qu'essentiellement les étudiants en management ont une intention entrepreneuriale plus forte que ceux en entrepreneuriat, et que l'intégration de l'enseignement de la formation entrepreneuriat dans les programmes des enseignements supérieur algérien en science de gestion influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE.

L'entrepreneuriat est aujourd'hui au cœur de l'activité économique, il est un vecteur important pour la création de richesse et d'emploi. Ainsi, tout acte est précédé par une intention. Notre présent travail a eu comme objectif d'analyser l'intention entrepreneuriale auprès d'une communauté estudiantine, précisément les étudiants de l'université de Bejaïa inscrit en science de gestion, des deux formations management et entrepreneuriat et par rapport à trois niveaux d'étude à savoir : Licence, Master I et Master II.

Pour atteindre notre objectif, nous avons eu recours à une revue de la littérature pour mettre en évidence les fondements théorique et conceptuel du champ de l'entrepreneuriat, ceci a fait l'objet du premier chapitre du présent mémoire dont la conclusion nous a permis d'appréhender les déterminants de la formation de l'intention entrepreneuriale à travers les différentes approches, ainsi que de délimiter la place de l'entrepreneuriat dans le contexte éducatif.

L'intention entrepreneuriale reflète la volonté de l'individu à accomplir l'acte de création et à adopter le comportement entrepreneurial. Ainsi, plusieurs recherches se sont consacrées à la modélisation de l'intention pour prédire le comportement de l'individu. Ce qui a fait l'objet du deuxième chapitre, l'étude du modèle d'Azjen sur le comportement planifié nous a permis de nous interroger sur l'entrepreneuriat des diplômés universitaires, et plus particulièrement leur intention entrepreneuriale, puisqu'ils sont en amont d'une carrière professionnelle.

Ensuite, nous avons pu mener une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'étudiants inscrits en science de gestion en spécialité management et entrepreneuriat. Cette enquête nous a permis de constater que la majorité d'entre eux sont favorables à la création d'entreprise, ainsi qu'à la perception au statut de l'entrepreneur car il leurs permettrait d'être plus autonomes, plus flexibles et financièrement indépendants, toute ces attentes vis-à-vis de l'entrepreneur sont des facteurs qui influencerait leur intention entrepreneuriale. Mais pas que, d'autre facteurs comme les normes sociale, l'encouragement de la famille et des proches pourrait aussi les aider à faire le pas vers l'acte d'entreprendre. Selon les résultats obtenus il semblerait que les étudiants inscrit en management affichent une intention entrepreneuriale plus forte que ceux en entrepreneuriat, ce qui nous a menés à rejeter **H2**.

L'intention entrepreneuriale se forme également sous l'effet des perceptions de faisabilité, en s'interrogeant sur les facteurs pouvant faciliter ou au contraire inhiber l'acte de création. Il nous a été donné de constater que, la formations acquise au cours du cursus universitaire, ainsi que les dispositifs d'aide à la création d'entreprise sont des facteurs

CONCLUSION GENERALE.

important et qui faciliterons l'acte d'entreprendre, ainsi, à travers ce résultat nous pouvons confirmer **H1**. A l'inverse, pour les facteurs qui pourraient inhiber leur acte entrepreneurial, nous avons retenus le manque de financement, ainsi que le manque d'expérience professionnelle.

Nos résultats ont prouvé la pertinence de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) dans l'explication de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de formation. De ce fait le modèle d'Ajzen (1991) a été validé et les trois antécédents de l'intention entrepreneuriale à savoir : l'attitude personnelle vis-à-vis de la création d'entreprise, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu prédisent significativement l'intention de créer une entreprise chez les étudiants.

Notre travail nous a permis de mener une enquête et d'approcher une réalité et un vecteur du développement économique, de voir l'entrepreneuriat sous un ongle académique, de faire une comparaison entre deux spécialités et de traiter un sujet d'actualité et en expansion.

L'enquête que nous avons menée, nous a permis également de comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales de ces derniers, en montrant les facteurs déterminants l'intention entrepreneuriale en amont autrement dit avant même de procéder à la création de leurs entreprises, leurs profils entrepreneurials (motivation, aptitude, attitude), vis-à-vis de l'entrepreneuriat et leurs formes d'entreprendre privilégiées.

Notre travail comporte plusieurs limites, la plus évidente est celle liée à la nature de l'échantillon qui se limite aux étudiants ayant répondu par internet et nous n'avons pas pu vérifier leurs statut, ainsi l'impossibilité de toucher l'ensemble des étudiants inscrits dans les deux spécialités. Pour des raisons de sécurité sanitaire, du a la pandémie mondiale du COVID-19 nous n'avons pas pu mener notre recherche jusqu'au bout, nous n'avons malheureusement pas pu réaliser nos entretiens avec les success story de la maison de l'entrepreneuriat de Bejaia, ainsi que les responsables et les formateurs de cet organisme.

Toutes ces limites ouvrent certaines perspectives futures de recherche, en effet, approfondir les résultats d'une enquête par questionnaire par des entretiens auprès des représentants de la maison de l'entrepreneuriat et certains success story aurait mieux aboutit dans l'analyse et l'explication des résultats de notre enquête. Nous aurions aimé élargir notre échantillon, sur un total de 638 étudiants cibler la majorité au lieu d'un échantillon de 111 étudiants. Vérifier, via des recherches doctorales, si les étudiants ayant exprimé une volonté de créer leurs entreprises soit concrétisé après l'obtention des diplômes.

Articles, Revues, Communication et Autres :

- ABIR.F, (2019) : « La banque mondiale revient sur les évolutions récentes de l'économie algérienne : La Croissance économique », WordPress, le Maghreb, le quotidien de l'économie, disponible sur l'EURL : http://www.lemaghreb.dz/?page=detail_archive&id=96241&dj=2019-11-10#.
- AKNINE et FERFRA.Y, (2014) : « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », Revue des Sciences Économiques et de Gestion, Alger, p68.
- BASSO .O, (2006) : « Le manager entrepreneur : entre discours et réalité, diriger en entrepreneur », Pearson Education, France, p15.
- BENATA.M, (2014), « influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie », thèse de doctorat en sciences économiques, université de Tlemcen, p38.
- BENREDJEM Rédha, (2009), « l'intention entrepreneuriat : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu », Cahier de recherche, Université Pierre Mendès France Grenoble, France, p4.
- BRUYAT.C, (1993) : « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès Grenoble, France, p 62.
- CACHON, J.C, (1992) : « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Revue du Nouvel Ontario, n° 13, Québec, Canada, p16.
- D'AMBOISE.G., NKONGOLO.J.M, (1993) : « La vision stratégique des propriétaires dirigeants de PME : un essai d'identification et de mesure empirique », rapport du Congrès annuel du groupe d'intérêt, toulouse, p18.
- DANJOU. I, (2002), « l'entrepreneuriat, un champ fertile a la recherche de son unité », revue française de gestion, n°138, Paris, p115.
- DIAMANE.M, KOUBAA.S, (2016) : « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », papier conférence, Maroc, p5-6.

- DIDIER.V, (1999) : « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs », document de travail réalisé dans le cadre de la "Chaire PME 1995" " de la caisse nationale du crédit professionnel, Belgique, p7.
- ELMAYMOUNI.M, ENNESRAOUI.D, IBOURK.O, (2020) : « Etude empirique sur les déterminants de l'intention de création d'entreprise dans le contexte universitaire marocain : cas de l'université Cadi Ayyad de Marrakech », actes de la deuxième conférence internationale sur la francophonie économique, 2-4 mars, Marrakech, p592.
- ELOUAZZANI.K, KOUBAA.S, YASSINE.S, (2014) : « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12eme Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 29, 30 et 31 octobre, Agadir. P7.
- EMIN.S, (2003) : « L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », Thèse en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendés France, ESA, Grenoble. p83.
- Évaluation des capacités de promotion des investissements de l'agence nationale de développement de l'investissement (2005), rapport de la conférence des nations unies sur le commerce et le développement, Genève.
- FACCHINI.F, (2007) : « Entrepreneur et croissance économique : développements récents », revue d'économie industrielle, 3ème trimestre, n°119, France, p3.
- FAYOLLE. A, 2005, « introduction à l'entrepreneuriat », dunod, paris, p40.
- FAYOLLE.A, (2004) : « évaluation de l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat : vers de nouvelles approches », 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, du 27-29 octobre, Montpellier, p5-6.
- FAYOLLE.A, (2012) : « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre » 2^e Edition, Dunod, Paris, p7.
- FAYOLLE.A, FILION.J.L, (2006) : « Devenir entrepreneur : Des enjeux aux outils », Pearson Education, Paris, France, p12-14.
- FIRLAS. M, (2012) : « Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes », Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, P6.
- GUENOUN.A, SEGUENI-DJAMANE.N et BENYAHIA-TAIBI.G, (2017) : « l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : enquête auprès d'un échantillon

d'étudiants de l'université d'Oran 2 », les cahiers du Cread, vol33, n°121, Université d'oran2 Mohamed Ben Ahmed, p69, disponible sur l'EURL : <File://C:/Users/user/Downloads/182573-Article%20Text-465088-1-10-20190128.pdf>.

- Guide de l'étudiant 2019/2020.
- Hernandez E.M., Marco L. (2006) : « Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte », Editions ESKA, Paris, p9.
- HERNANDEZ E.M, (1999) : « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » le Harmattan, Paris, p72
- JAOUEN.A et AL, (2006) : « Accompagnement par les pairs, confiance partagée et résilience : illustration au travers du cas Voiles d'Oc », revue de littérature en entrepreneuriat, Vol5, Gruissan, p59.
- JAZIRI.R, (2009) : « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis», Les 3-4-5 Avril, Gafsa, Tunisie, p15.
- KOUBA. S, SARA, Y et El OUAZZANI, K, (2014) : « l'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12^e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 29,30 et 31 octobre, Agadir, p2.
- KOURAICHE.N, (2018) : « Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignement Supérieur en Algérie », Revue académique des études humaines et sociales, Université Hassiba ben Bouali, Chlef, p41.
- Liabes. Dj (1984) : « Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisie en Algérie, quelques éléments pour une sociologie d'entreprendre », Cahiers du CREAD. N°1, Alger, p78.
- LOUIS Jacques Filion, (1997) : « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol10, n°2, p156.
- MAHMOUD.S, (2016) : « Aperçu sur l'économie algérienne de 1962 à 2015 », WordPress, article concernant le passé, le présent et le futur de l'économie algérienne. https://www.lemaghrebdz.com/?page=detail_actuallite&rubrique=Nation&id=96241
- MOREAU. R. et RAVELEAU. B, (2006) : « Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale ». Revue internationale P.M.E, vol 19, n°2, Québec, Canda, p10, disponible sur l'EURL : <https://doi.org/10.7202/1008497ar>.

Liste bibliographique

- MOULOINGUI.M, (2012) : « processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », thèse de doctorat en psychologie du travail et des organisations, processus de différenciation et intégration, université de Lille 3, France, p 15.
- SAPORTA.B, et VERSTRAETE.T, (2000), « Réflexions sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en science de gestion des universités françaises », Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat, France, Lille, p5-6.
- SCHUMPETER. J.A, (1935) : « théorie de l'évolution économique », revue économique, presses de sciences PO, édition Dalloz, Paris, p116. <https://www.cairn.info/revue-economique-2015-5-page-993.htm>
- TOUNES.A (2006) : « l'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », la revue des sciences de gestion, 2006/3 n°219, p62. <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2006-3-page-57.htm>
- TOUNES.A, (2003), « L'intention entrepreneuriale : Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE», Thèse doctorat en sciences et gestion, Université de Rouen, Paris, p35.
- VERSTRAETE Thierry, (2000) : « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », dunod, Ed, EMS, paris, p12.
- VERSTRAETE.T et FAYOLLE.A, (2005) : « Paradigmes, et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, Vol 4, n°1, France, p34, disponible sur l'EURL : https://www.researchgate.net/publication/242749974_Paradigmes_et_entrepreneuriat.
- WANG.Y, (2011) : « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse de doctorat, école centrale de Lille, France, p26.

ANNEXES

Université A- Mira de Bejaia
Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des
Sciences commerciales
Département des Sciences de Gestion

Questionnaire

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin de cycle qui porte sur le thème de l'intention entrepreneuriale des étudiants, nous procédons au lancement d'une enquête en ligne auprès des étudiants de l'université de Bejaia ; afin d'évaluer leurs intentions entrepreneuriales et d'essayer de comprendre leurs volonté de création d'entreprise. Pour cela nous avons choisi pour notre étude les étudiants de fin de cycle en sciences de gestion.

Merci pour votre collaboration.

Informations générales et intention

1. Sexe : Masculin Féminin
2. Niveau d'étude :
- Licence
 - Master 1
 - Master 2
3. Spécialité d'étude :
- Entrepreneuriat
 - Management
4. Votre situation matrimoniale :
- Célibataire
 - Marié(e)
 - Veuf (ve)
 - Divorcé(e)
5. Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?
- Oui
 - Non

- Si oui, Sous quelle forme ?

- Créer une entreprise
- Reprise d'une entreprise familiale
- Exercer une profession libérale

6. Votre intention de créer une entreprise est :

- Faible
- Moyenne
- Forte
- Très forte

7. Quel est le délai de concrétisation de l'intention de créer une entreprise ?

- Pendant les études
- Juste après l'obtention du diplôme
- Jamais

8. Avez-vous suivi des cours d'entrepreneuriat hors l'université ?

- Oui
- Non

Si oui, où les avez-vous suivi ?

.....

9. Dans quel secteur d'activité avez-vous l'intention d'entreprendre ?

- Industrie
- Agriculture
- Service
- Autre :

10. Le choix de votre secteur d'activité doit-il avoir une relation avec votre formation ?

- Oui
- Non
- Pas forcément

11. Quel est le choix d'implantation de votre projet ?

- Wilaya de résidence
- Hors wilaya

La désirabilité entrepreneuriale

12. Quelle est votre perception quant au statut d'entrepreneur ?

- Favorable
- Défavorable

13. Selon vous, être entrepreneur c'est :

- Etre autonome (être mon propre chef)
- Gagner plus d'argent
- Réalisé un rêve
- Echappe au chômage en créant mon propre emploi
- Faire comme mes parents
- Avoir un bon statut social
- Autre :

14. La réussite entrepreneuriale est une :

- Réussite familiale
- Sociale
- Personnelle
- Professionnelle
- Autre :

15. Quels sont les facteurs qui pourront influencer le développement de votre intention entrepreneuriale ?

- Existence de modèles d'entrepreneurs
- Enseignements spécifiques de la création d'entreprises
- Expériences de travail, de stages dans une entreprise
- Les démarches administratives
- Les opportunités disponibles
- Existence d'organismes permettant de vous accompagner dans votre projet
- Autre :

16. l'échec éventuel de votre entreprise serait :

- Un échec financier
- Un échec social
- Un échec personnel
- Un échec professionnel
- Autre :

17. Quelle serait la réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise ?

- Elle vous encourage
- Elle vous décourage
- Aucune réaction

La faisabilité entrepreneuriale

18. êtes-vous capable de créer votre propre entreprise :

- Oui
- Non

19. Y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter ?

- Oui
Non

Si oui, qui sont-ils ?

- Père
Mère
Frère
Sœurs
Amis

20. Quels sont les principaux facteurs pouvant vous empêcher de mener à bien votre projet de création ?

- Moyens financiers
Manque d'expériences
Mauvais choix de secteur d'activité
Réaction de l'entourage
Les démarches administratives
Autre :

21. En cas de création d'entreprise, vos moyens de financement principaux seront :

- Epargnes personnels
Epargnes familiales
Prêt d'ami(e)
Prêt de la parenté
Prêt bancaire
Dispositif d'aide à la création
Autre :

22. Etes-vous informé sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie ?

- Oui
Non

23. Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création ?

- Oui
Non

- Si oui, quelles sont vos attentes concernant ces dispositifs ?

- Financement
Accompagnement
Formation
Conseil

24. Dans quelle mesure vous êtes capable de :

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Connaître les étapes du processus de création d'une entreprise					
Estimer les risques du projet					
Trouver des personnes compétentes pour travailler avec vous					
Disposer dans tous les domaines des compétences nécessaires à la création d'une entreprise					
Contrôler la situation					

L'impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale

25. Les programmes d'enseignement en entrepreneuriat influencent-ils positivement votre intention entrepreneuriale ?

- Oui
Non

Si oui, à travers quoi ?

- Module
Stage
Colloque et entretiens scientifique
Autre :

26. Jugez-vous qu'une formation académique dans le domaine de l'entrepreneuriat vous encourage à passer à l'acte entrepreneurial ?

- Oui
Non

Si oui, comment ? Si non, pourquoi ?

.....

27. Selon vous les formations organisées dans le domaine de l'entrepreneuriat jouent un rôle primordial par rapport aux autres facteurs influençant l'acte d'entreprendre ?

Oui

Non

28. Comment évaluez-vous l'intensité de l'impact des programmes ou de formation en entrepreneuriat sur votre intention entrepreneuriale ?

Très forte

Forte

Moyenne

Faible

Très faible

Table des matières

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale 1

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat : un champ d'analyse en expansion

Introduction 5

Section 1 : L'entrepreneuriat : historique et évolution 5

1.1. L'entrepreneuriat, l'entrepreneur et l'acte d'entreprendre : définitions..... 5

1.1.1. L'entrepreneuriat..... 5

1.1.2. L'entrepreneur..... 6

1.1.3. L'acte entrepreneuriale..... 7

1.2. Diversité des situations entrepreneuriales 8

1.2.1. Création d'entreprise 8

1.2.2. La reprise d'entreprise..... 10

1.2.3. L'intrapreneuriat..... 11

1.3. La trilogie de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat..... 11

1.3.1. Approche fonctionnelle ou économique..... 11

1.3.1.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaire..... 13

1.3.1.2. Le Paradigme de création d'organisation..... 13

1.3.1.3. Le paradigme de création de valeur 13

1.3.1.4. Paradigme de l'innovation 14

1.3.1.5. Le lien entre les quatre paradigmes 14

1.3.2. L'approche centrée sur les individus 15

1.3.3. Approche processuelle 17

1.3.4. La vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat 18

1.4. La place de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur 20

1.5. Niveau d'intervention des programmes de formation en entrepreneuriat 21

1.5.1. La sensibilisation et l'initiation à l'entrepreneuriat	21
1.5.2. La formation à la création d'entreprise à la gestion de projet à la PME	22
1.5.3. L'accompagnement des porteurs de projets	22
1.6. De l'université à l'entreprise : les effets, impacts et enjeux des programmes de l'enseignement de l'entrepreneuriat	23
1.6.1. Les effets et l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat	23
1.6.2. Les enjeux de l'enseignement de l'entrepreneuriat	24
Section 2 : La réalité de l'entrepreneuriat en Algérie.....	24
2.1. Evolution historique de l'économie Algérienne.....	25
2.2. L'entrepreneuriat en Algérie : Evolution et croissance.....	26
2.2.1. Evolution au rythme des lois et des choix politiques	26
2.2.2. De l'assistanat par les subventions des années 1970, à l'assistanat par des financements abusifs.....	28
2.3. L'entrepreneur algérien d'aujourd'hui	29
2.4. Le chômage et la création d'entreprise par les jeunes en Algérie	30
2.5. L'impact de l'entrepreneuriat sur l'économie nationale	31
2.6. Les dispositifs (ANDI, ANSEJ, CNAC) : Encourager l'entrepreneuriat par l'offre de divers avantages	31
2.6.1. L'ANDI et le Guichet unique décentralisé.....	31
2.6.2. L'Agence Nationale pour le Soutien à l'emploi de Jeunes (ANSEJ)	32
2.6.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)	33
Conclusion	34
CHAPITRE II : Universalisme et modèles conceptuels de l'intention entrepreneuriale	
Introduction	35
Section 1 : Le positionnement de l'intention dans le champ de l'entrepreneuriat.....	35
1.1. Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?	35
1.2. La place de l'intention dans le processus entrepreneuriale	36
1.2.1. Le processus conceptuel : vision et intention entrepreneuriale.....	37
1.2.2. Le processus de déclenchement	37
1.2.3. Des modèles processuels d'entrepreneuriat	38

1.2.4. L'intention en amont du processus entrepreneurial	41
1.2.4.1. Le processus de décision	41
1.2.4.2. Le processus de création.....	42
1.3. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale : l'effet modéré des formations.....	42
1.4. Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants	43
1.4.1. Les facteurs individuels.....	44
1.4.2. Les facteurs sociaux	44
1.4.3. Les facteurs économiques	44
1.4.4. Les expériences précoces dans la famille, au cours de l'enfance, à l'école ou l'université ainsi que certaines expériences professionnelles.....	44
Section 2 : Modélisation de l'intention entrepreneuriale	45
2.1. Les apports des modèles fondés sur l'intention entrepreneuriale	45
2.2. Théorie de l'action raisonnée d'Ajzen et Fishbein (1975)	46
2.3. Le modèle du comportement planifié d'AJZEN .I (1991)	47
2.3.1. Les attitudes associées au comportement	47
2.3.2. Les normes subjectives	48
2.3.3. Les perceptions du contrôle comportemental	48
2.4. Le modèle de l'événement entrepreneurial de SHAPERO ET SOKOL (1982)	49
2.5. Le Modèle de KRUEGER ET CARSRUD (1993)	51
Conclusion.....	53

CHAPITRE III : L'analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion

Introduction	54
Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia (campus Aboudaou)	54
1.1. Présentation de l'université de Bejaia	54
1.1.1. La présentation de la faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion.....	55
1.2. Présentation de la méthodologie de recherche	56
1.2.1. Le déroulement de l'enquête	56
1.2.2. La présentation de la structure du questionnaire	57

1.2.3. Le choix de l'échantillon.....	57
1.2.4. Les informations concernant notre échantillon	57
1.2.5. La taille de l'échantillon.....	58
Section 2 : Analyse et présentation des résultats de l'enquête de terrain	58
2.1. Informations générales et intention	58
2.2. La désirabilité entrepreneuriale	68
2.3. La faisabilité entrepreneuriale	74
2.4. L'impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale	83
Synthèse des résultats de l'enquête	89
Conclusion.....	90
Conclusion générale	91
Bibliographie.....	93
Annexes	97
Table de matières	103

