



**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 du diplôme de Master en science de gestion**

**Option : Entrepreneuriat**

# **Thème**

## ***ESSAI D'ANALYSE DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS***

**Enquête auprès des étudiants de l'université de Bejaia**

**Réalisé par :**

**BOUKIR Toufik**

**DJERRADA Syphax**

**Dirigée par :**

**M<sup>me</sup>. KIROUANE.N**

**Session : septembre 2021**

# **Remerciements**

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

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

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

*Nos gratitudes remerciments également aux étudiants que nous avons enquêtés.*

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

*Enfin, nous remercions tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail.*



*Tout au début, je tiens à remercier*

*Le bon Dieu de m'avoir donné la force, la volonté, et la sagesse d'être patient dans mes études.*

*Je dédie ce travail A ma famille, elle qui m'a doté d'une éducation digne, leurs amours a fait de moi ce que je suis aujourd'hui :*

*Particulièrement à mon père, pour le goût et à l'effort qu'il a suscité en moi, de par sa rigueur.*

*Mon adorable mère qui a souffert sans me laisser souffrir, qui n'a jamais dit non à mes exigences et qui n'a épargné aucun effort pour me rendre heureux*

*A la mémoire de mon cher oncle ZAHIR dont le souvenir d'un homme au grand cœur demeurera intact pour toujours*

*A mon cher frère : Sofiane.*

*A mes chères sœurs : Kahina et Sonia*

*A mes cousins et cousine : Kamel. Noredine. Fayçal. Imane*

*A mes amis(e): Riad, Massi, Sofiane, Sophie, Yacine, Walid, Kousseila, Amazigh, Sarah, Mohand. Bilal. Hakim Saïd Soumia*

*Pour leur aide et que dieu vous garde.*

*A mon binôme : Syphax et sa famille.*

**TOUFIK.**



*Mon très cher père pour m'avoir soutenu moralement et matériellement jusqu'à ce jour, pour son amour et ses encouragements. Que ce travail soit pour toi un témoignage de ma profonde affection et tendresse. Que Dieu le tout puissant te préserve, t'accorde santé, bonheur, quiétude de l'esprit et te protège de tout mal.*

*Ma très chère mère, autant de phrases aussi expressives soient-elles ne sauraient montrer le degré d'amour et d'affection que j'éprouve pour toi. Tu n'as cessé de me soutenir et de m'encourager durant toutes les années de mes études. En ce jour mémorable, pour moi ainsi que pour toi, reçoit ce travail en signe de ma vive reconnaissance et ma profonde estime.*

*A mon cher frère : Faouzi.*

*A mes chères sœurs : Fariza et Chahrazed.*

*A ma chère fiancée : Hania*

*A mes cousins et cousines : Gaya, Yanis, Sonia, Cylia, Dida,*

*Lahlou et à toute ma famille.*

*Pour leurs encouragements et soutiens.*

*A mes amies : Sophie, Tina, Soumia, Annissa, Farida, Kahina, Sissa, Biba, Manel,*

*Souad, Zahoua et Sara pour leur aide.*

*A tous mes amis : Tahar, Badis, Toufik, Ghilas, Yanis, Youcef, Smail, Lotfi, Brahim, Salim, Massi, Chafik, Aimad, Hamza, Boualem, Bilal, Nabil, Hicham, Yanis, Bilous,*

*Chafaa, Chacha, Ammar, Hocine, Lalouche, Chabane et Walid.*

*Pour leur aide et Que Dieu vous garde.*

*A mon binôme : Toufik et sa famille.*

*A toutes les personnes qui me sont très chères et qui m'ont aidé de près ou de loin.*

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

<i>Abréviations</i>	<i>Significations</i>
<b>ANDI</b>	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
<b>ANSEJ</b>	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
<b>BLEU</b>	Bureau de liaison entreprise université
<b>CASAM</b>	cellule d'appui, de sensibilisation, d'accompagnement et de médiation
<b>CNRS</b>	centre national de la recherche scientifique
<b>CAP</b>	Croissance, Autonomie, Pérennité
<b>CASAM</b>	Cellule d'Appui, de Sensibilisation, d'Accompagnement et de Médiation
<b>CNAC</b>	Caisse Nationale d'Assurance-Chômage
<b>DEUA</b>	Diplôme d'Etudes Universitaires Appliquées
<b>DEF</b>	Détection électronique française
<b>EES</b>	établissement d'enseignement supérieur
<b>GRH</b>	Gestion des Ressources Humaines
<b>INSEE</b>	Institut national de la statistique et des études économiques
<b>MI</b>	Math Informatique
<b>PIC</b>	Pérennité, Indépendance, Croissance.
<b>PHT</b>	Partenariats hubert curien tassili
<b>PG</b>	Post-graduation
<b>PME</b>	Petite ou moyenne entreprise
<b>SPSS</b>	Statistical Package for the Social Sciences
<b>ST</b>	Sciences Technologies

## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau n°1</b> : Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat .....	<b>13</b>
<b>Tableau N°2</b> : Définition d'entrepreneur selon les écoles de pensée .....	<b>29</b>
<b>Tableau N°3</b> : Typologies d'entrepreneurs.....	<b>35</b>
<b>Tableau N°4</b> : La taille de l'échantillon de l'enquête.....	<b>60</b>
<b>Tableau N°5</b> : La répartition des étudiants selon le sexe.....	<b>60</b>
<b>Tableau N°6</b> : Répartition selon catégorie d'âge .....	<b>61</b>
<b>Tableau N°7</b> : Répartition selon la situation matrimoniale .....	<b>62</b>
<b>Tableaux N°8</b> : Répartition selon le niveau d'étude .....	<b>62</b>
<b>Tableaux N°9</b> : Répartition selon la spécialité d'étude .....	<b>63</b>
<b>Tableaux N°10</b> : L'intention entrepreneuriale des étudiants .....	<b>63</b>
<b>Tableaux N°11</b> : si oui sous quelle forme.....	<b>64</b>
<b>Tableaux N°12</b> : Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale .....	<b>64</b>
<b>Tableaux N°13</b> : Le délai de concrétisation de création.....	<b>65</b>
<b>Tableaux N°14</b> : Le secteur d'activité.....	<b>66</b>
<b>Tableaux N°15</b> : Le choix d'implantation .....	<b>66</b>
<b>Tableaux N°16</b> : Perception quant au statut d'entrepreneur.....	<b>67</b>
<b>Tableaux N°17</b> : Les motivations qui influencent l'intention chez les étudiants.....	<b>68</b>
<b>Tableaux N°18</b> : Les facteurs qui ont influencé le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.....	<b>68</b>
<b>Tableaux N°19</b> : La réussite entrepreneuriale.....	<b>69</b>
<b>Tableaux N°20</b> : L'échec de la création l'entreprise.....	<b>70</b>
<b>Tableaux N°21</b> : La réaction de la famille pour la création d'entreprise .....	<b>70</b>
<b>Tableaux N°22</b> : opinion de quelques affirmations.....	<b>71</b>
<b>Tableaux N°23</b> : Capacité entrepreneuriale .....	<b>72</b>
<b>Tableaux N°24</b> : Influence de l'entourage.....	<b>73</b>
<b>Tableaux N°25</b> : Les membres de la famille dans les affaires.....	<b>73</b>
<b>Tableaux N°26</b> : Impacte de formation sur l'intention de création d'une entreprise .....	<b>74</b>
<b>Tableaux N°27</b> : les sources de financement .....	<b>74</b>
<b>Tableaux N°28</b> : Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création.....	<b>75</b>
<b>Tableaux N°29</b> : Les attentes des étudiants vers les dispositifs.....	<b>76</b>
<b>Tableaux N°30</b> : Opinion de quelques affirmations .....	<b>76</b>
<b>Tableaux N°31</b> : obstacle a l'entrepreneuriat .....	<b>78</b>

## Listes des figures

<b>Figure n°1</b> : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat (Verstraet et Fayolle, 2005).....	17
<b>Figure n°2</b> : impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique.....	23
<b>Figure n°3</b> : le processus conceptuel .....	43
<b>Figure n°04</b> : le contexte de l'intentionnalité vu par Bird (1998).....	44
<b>Figure n°5</b> : un modèle de formation d'organisation .....	45
<b>Figure n° 6</b> : Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1975).....	49
<b>Figure n°7</b> : le modèle de la théorie du comportement planifié AJZEN, 1991 .....	51
<b>Figure n°8</b> : Modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982).....	52
<b>Figure 9</b> : Modèle de Shapero revisité par Kruger (1993).....	54
<b>Figure 10</b> : Modèle psycho-économique des déterminants de l'intention entrepreneuriale...55	
<b>Figure N°11</b> : La répartition des étudiants selon le sexe .....	60
<b>Figure N°12</b> : Répartition selon catégorie d'âge .....	61
<b>Figure N°13</b> : Répartition selon la situation matrimoniale .....	62
<b>Figure N°14</b> : Répartition selon le niveau d'étude.....	62
<b>Figure N°15</b> : Répartition selon la spécialité d'étude.....	63
<b>Figure N°16</b> : L'intention entrepreneuriale des étudiants.....	63
<b>Figure N°17</b> : Si oui sous quelle forme .....	64
<b>Figure N°18</b> : Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale.....	64
<b>Figure N°19</b> : Le délai de concrétisation de création .....	65
<b>Figure N°20</b> : Le secteur d'activité .....	66
<b>Figure N°21</b> : Le choix d'implantation .....	66
<b>Figure N°22</b> : Perception quant au statut d'entrepreneur .....	67
<b>Figure N°23</b> : Les motivations qui influencent l'intention chez les étudiants .....	68
<b>Figure N°24</b> : Les facteurs qui ont influencé le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.....	68
<b>Figure N°25</b> : La réussite entrepreneuriale .....	69
<b>Figure N°26</b> : L'échec de la création l'entreprise .....	70
<b>Figure N°27</b> : La réaction de la famille pour la création d'entreprise.....	70
<b>Figure N°28</b> : Capacité entrepreneuriale .....	72
<b>Figure N°29</b> : Influence de l'entourage.....	73
<b>Figure N°30</b> : Les membres de la famille dans les affaires .....	73
<b>Figure N°31</b> : Impacte de formation sur l'intention de création d'une entreprise .....	74
<b>Figure N°32</b> : les sources de financement .....	74
<b>Figure N°33</b> : Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création.....	75
<b>Figure N°34</b> : Les attentes des étudiants de ces les dispositifs .....	76
<b>Figure N°35</b> : obstacle a l'entrepreneuriat.....	78

## SOMMAIRE

---

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale ..... 1

### CHAPITRE I : L'entrepreneuriat : concepts et théories

Introduction..... 4

Section 1 : L'entrepreneuriat : définition et approches théorique..... 4

Section 2 : L'acteur principal de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur ..... 27

Conclusion ..... 36

### CHAPITRE II : l'intention entrepreneuriale

Introduction..... 37

Section 1 : Concepts de base sur l'intention entrepreneuriale ..... 37

Section 2 : Les modèles de l'intention entrepreneuriale ..... 46

Conclusion ..... 56

### CHAPITRE III : Présentation et analyse des résultats de l'enquête

Introduction..... 57

Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia et de la méthodologie de recherche ... 57

Section 2 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête de terrain..... 60

Conclusion ..... 78

Conclusion générale..... 79

Bibliographie ..... 81

Annexes ..... 85

Table de matières ..... 89

Résumé ..... 93

---

# **Introduction générale**

---

## Introduction générale

---

Après la crise des années soixante-dix, les recherches se sont orientées vers l'entrepreneuriat et les petites et moyennes entreprises. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est devenu un enjeu majeur pour plusieurs pays à cause de son rôle primordial dans le développement économique. Il est de plus en plus considéré comme l'un des leviers stratégiques à la création des emplois et de la valeur ajoutée pour une nation.

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise font dans nos temps l'unanimité<sup>1</sup> quant à leur apport pour la croissance économique, la création des richesses, l'innovation, la lutte contre le chômage et la détresse sociale notamment au sein des jeunes issus des études supérieures, en raison de l'importance davantage reconnue des entrepreneurs dans l'exploitation et la commercialisation des résultats du savoir. Ces entrepreneurs sont des acteurs indispensables dans le développement socio-économique qui contribuent à la création d'entreprise et la mise en œuvre de nouvelles stratégies, ils sont considérés comme des individus ayant des qualités distinctes (une personne innovatrice, créatrice et opportuniste qui aime relever des défis et prendre des risques) et des compétences organisationnelles et managériales.

Ainsi, la plupart des gouvernements ont pour priorité commune d'encourager la promotion de l'entrepreneuriat, de stimuler l'activité économique et de trouver les moyens de faciliter la construction d'une société plus « entrepreneuriale »<sup>2</sup> à travers des mesures à mettre en place pour tout le long du processus entrepreneurial dont l'intention constitue la phase amont de ce processus. Il est donc stratégique de chercher à mieux cerner celle-là car l'intention 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 et par son milieu environnemental en considérant l'entrepreneur l'élément central dans le phénomène entrepreneurial et l'acteur principal de sa dynamique.

Dans cette perspective, il nous semble nécessaire de comprendre les attitudes et les perceptions des individus au sein de ce processus. L'intention entrepreneuriale permet de prédire les comportements et comment un individu est engagé dans le processus entrepreneurial (Tounés, 2003). Ainsi, tout comportement planifié est intentionnel et sans l'intention, l'action est peu probable (Ajzen, 1991).

Plusieurs modèles ont été proposés pour comprendre l'intention d'entreprendre. Selon le modèle de Shapero et Sokol (1982), trois éléments mènent à la formation d'un événement

---

<sup>1</sup> BOISSON JP. & al. Une comparaison Brésil France des intentions entrepreneuriales des étudiants, recherche N°31, E4, CERAG, Université Pierre Mendès Grenoble 2, France, 2009, p 03

<sup>2</sup> Idem

entrepreneurial : la perception de l'attractivité du comportement entrepreneurial, la propension à agir au regard de ses intentions et la perception de la faisabilité du comportement. La théorie du comportement planifié d'Azjen (1991) postule que l'attitude envers le comportement, les normes subjectives et la perception du comportement conduisent à la formation d'une intention comportementale. Dans la théorie du comportement planifié, l'auto-efficacité est représentée partiellement par le contrôle comportemental perçu. Krueger et Carsrud ont proposé un modèle qui combine en définitive les deux notions afin d'expliquer le déclenchement du processus : l'intention, à travers la théorie du comportement planifié, et le déplacement, issu des travaux de Shapero.

Notre objectif dans ce travail consiste précisément à expliquer et étudier la réalité de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia et à illustrer et déterminer les facteurs explicatifs de leur volonté à s'inscrire dans une activité entrepreneuriale, comme piste professionnelle. , pour ce faire nous avons choisi les étudiants de fin de cycle.

La contribution de cette recherche consiste à répondre à notre question principale :

### **Quels sont les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale chez les étudiants ?**

De cette question centrale qui représente l'ossature de notre travail de recherche, se dégagent les questions secondaires suivantes :

- ❖ Quel est l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants ?
- ❖ En quoi consiste l'intention entrepreneuriale et quels sont ses déterminants ?

Afin d'apporter des éléments de réponses et un éclairage à ces questions, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

**H1** : Les compétences acquises durant la formation universitaire ont un impact positif sur la volonté entrepreneuriale des étudiants.

**H2** : La faisabilité entrepreneuriale constitue le principal moteur de l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Pour mener ce travail et atteindre notre objectif et apporter des éléments de réponses nous avons effectué une enquête de terrain auprès des étudiants. Afin de collecter les informations nécessaires pour notre étude, nous avons distribué des questionnaires pour les étudiants.

Notre travail est structuré autour trois chapitres, le premier est intitulé l'entrepreneuriat (concepts et théories) est réparti en deux section, la première porte sur l'entrepreneuriat, nous avons abordé les différentes approches théoriques. La seconde section s'est intéressé à

## **Introduction générale**

---

l'acteur principal de l'entrepreneuriat qui est l'entrepreneur, de le présenter en le définissant et d'aborder ses caractéristiques et ses typologies.

Le deuxième chapitre porte sur l'intention entrepreneuriale des étudiants qui est réparti en deux sections, la première porte sur sa définition ainsi que sa place dans le processus entrepreneurial et nous avons également développé les facteurs déclencheurs de cette intention et la deuxième sur les modèles de l'intention entrepreneuriale.

Le troisième chapitre sera consacré à l'analyse des résultats de notre enquête effectuée auprès des étudiants de l'université de Bejaia via un questionnaire. La première section porte sur une présentation générale de l'université de Bejaia. La deuxième section sera consacrée à la présentation de la méthodologie suivie dans l'accomplissement de l'enquête et la présentation et l'interprétation des résultats obtenus.

---

# **Chapitre I**

## **L'entrepreneuriat : concepts et théories**

---

**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 l'activité entrepreneuriale. L'entrepreneuriat est un cœur du développement économique d'une nation. Par conséquent, les entrepreneurs doivent être formés. Le développement du cursus de formation en entrepreneuriat au sein de l'université va permettre aux jeunes étudiants de se prendre en charge une fois versés dans le monde du travail.

Avant de parler ou bien traiter l'intention entrepreneuriale il est nécessaire de bien comprendre ce qu'est l'entrepreneuriat et d'approfondir certaines notions de base. L'objectif de notre premier chapitre est d'expliquer le cadre théorique de notre recherche dans le champ entrepreneurial. Dans la première section, nous parcourons quelques définitions et approches théoriques d'un concept controversé : l'entrepreneuriat. Dans la deuxième section nous aborderons l'évolution du concept de l'entrepreneur, sa typologie et ses caractéristiques.

**Section01 : L'entrepreneuriat : définitions et approches théoriques**

L'entrepreneuriat est un sujet brûlant Il est considéré comme une discipline de construction et un vecteur de richesse nationale. Il a une valeur à l'échelle mondiale. Et aussi un phénomène économique, social et culturel. Il est étudié par plusieurs disciplines : économie, gestion, sociologie, psychologie.

L'objectif de cette section est d'expliquer les principaux concepts de l'entrepreneuriat, les approches et modèles théoriques relatifs au domaine de l'entrepreneuriat.

**1. Définition et concepts**

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat vise à comprendre les concepts et à expliquer les activités et la dynamique entrepreneuriale. À ce stade, nous énumérerons quelques définitions et différents points de vue sur le phénomène entrepreneurial.

**1.1. Définition de l'entrepreneuriat**

Il existe de nombreuses façons de définir l'entrepreneuriat. Une vue possible de la nature d'un phénomène entrepreneurial est de le considérer comme un phénomène d'organisation. Dans cette vision, l'analyse de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations ou les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

L'entrepreneuriat est l'action de constituer une nouvelle organisation et en particulier la création d'entreprise. L'entrepreneuriat peut être une activité qui crée de nombreux emplois. Pour K. KNIGHT et PETER DRUCKER l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques. Selon GASSE, l'entrepreneuriat s'entend comme l'« appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus »<sup>1</sup>.

AZZEDINE TOUNES considère « l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. »<sup>2</sup>

Selon FILION « 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 leurs sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales.<sup>3</sup> »

D'après THIERRY VERSTRAETE, 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. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant l'entrepreneur construit son ordre celui-ci ne lui est profitable (pas seulement économiquement) que si l'ordre socio-économique dans lequel il s'insère y trouve également un intérêt et en tire de la valeur. <sup>4</sup>

Selon JULIEN et CADIEUX, « L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement

<sup>1</sup>Y.Gasse , entrepreneur moderne : attributs et fonctions , revue internationales de gestions , vol 7 , n°4,1883,p23,cité par assumptamundeke en 2010.

<sup>2</sup>TOUNES Azzedine : « l'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse de doctorat en sciences de gestion, 2003, France. P30.

<sup>3</sup>Louis Jacques filion (1997) :( les champs de l'entrepreneuriat ; historique, évolution, tendances), revue internationale PME vol0, n02, p156.

<sup>4</sup>VERSTRAETE Thierry, (2000) : « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », dunod, Ed, EMS, paris, p12.

d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un Territoire ».<sup>5</sup>

L'entrepreneuriat se définit comme le processus par lequel une personne ou un groupe d'individus mettent en jeu, temps et capital à la recherche d'opportunités de marchés, en vue de générer de la valeur et de faire prendre de l'ampleur à l'entreprise en innovant, quelles que soient les ressources disponibles. C'est un processus consistant à lancer un projet, à organiser les ressources nécessaires et à assumer tant les risques que les bénéfices.

## **1.2. Quelques notions voisines**

La littérature portant sur l'entrepreneuriat étudie principalement trois éléments essentiels : l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et enfin l'entrepreneur. Plusieurs économistes et chercheurs ont essayé de les définir et d'autre nouveau terme à connaître comme L'intrapreneuriat, et l'extrapreneuriat

### **1.2.1. L'esprit d'entreprise**

L'esprit d'entreprise est la capacité d'un individu à se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Différentes initiatives visent à encourager l'esprit d'entreprise, tant chez les jeunes que chez les plus âgés, et aussi il peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir) dans une sorte d'aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses.

### **1.2.2. La création de l'entreprise**

L'INSEE définit la création d'entreprise comme « la mise en œuvre de nouveaux moyens de production ». Elle distingue donc la création de la reprise d'entreprise. En effet, dans cette seconde hypothèse, vous utilisez des moyens de production d'ores et déjà existants pour poursuivre une activité.

Derrière la définition de la création d'entreprise par l'INSEE, très pragmatique, se cachent des étapes et des démarches incontournables, mais aussi un mode de vie propre à l'entrepreneur. Car créer son entreprise, c'est créer son propre emploi, créer de la richesse et à participer pleinement à l'économie d'un pays.

---

<sup>5</sup>Julien P.A. et Cadieux L. (2010) « La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude. Institut statistique du Québec, Canada. P25.

Tout commence par un projet de création, qu'il faut transformer en activité économique rentable et pérenne. Vous devrez formaliser l'ensemble de ces étapes dans un document appelé le business plan.

Enfin, la création d'entreprise est un mode de vie, un challenge permanent, une capacité à jongler avec sa trésorerie et à prendre des décisions dont les conséquences impacteront le niveau de vie de l'entrepreneur et de ses collaborateurs.<sup>6</sup>

### 1.23. L'entrepreneur

Mais qu'en est-il de « l'entrepreneur », un terme très évoqué dans la vie courante et plus particulièrement dans le milieu des affaires ? L'entrepreneur désigne la personne qui crée ou dirige l'entreprise. Il possède des qualités particulières et met en œuvre des méthodes de travail innovantes. Des auteurs célèbres ont donné leur conception de l'entrepreneur :

- Pour SCHUMPETER (1950), un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.
- Pour Peter DRUCKER (1970), l'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière, son temps, son capital pour réaliser une idée, parfois même dans des conditions risquées.

Dans le vocabulaire utilisé pour décrire un chef d'entreprise, on reconnaît assez souvent des termes comme courage, innovation, intuition, créativité, invention, persévérance, prise d'initiatives, prise de risques, etc.<sup>7</sup>

### 1.24. L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat est une démarche d'entrepreneuriat au sein même d'une entreprise existante. L'entreprise (souvent de taille moyenne ou grande) héberge les projets innovants qui naissent en son sein. L'intrapreneuriat permet de valoriser le rôle et la prise d'initiative des salariés, quideviennent alors des « **intrapreneurs** ».

<sup>6</sup>Création d'entreprise : définition et étapes, 2017, Cet article a été rédigé par le cabinet d'expertise comptable en ligne L-Expert-comptable.com disponible sur l'EURL :<https://www.l-expert-comptable.com/a/532672-creation-d-entreprise-definition-et-etapes.html>

<sup>7</sup>institut statistique du québec,introduction à la création d'entreprise communication de monsieur issa martin bikienga lors de la deuxième édition des Journées universitaires de la fondation anselmetitianmasanonBobodioulasso, du 28 au 30 août 2017 page 08

Bien qu'apparu il y a plus de 40 ans, l'intrapreneuriat est un concept en plein développement, qui intéresse de plus en plus les grands groupes. C'est une réponse au départ massif des cadres, ces derniers étant de plus en plus exigeants dans leur rapport au travail : quête de sens, besoin de se réaliser, besoin d'indépendance et envie d'entreprendre.<sup>8</sup>

**1.2.5 L'extraprenariat :** Est la création d'une entreprise par un ou plusieurs salariés issus d'une organisation parente et s'appuyant de manière formelle ou informelle sur des actifs tangibles ou intangibles issus de cette organisation.

## **2. Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat**

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois principales approches : Descriptive, comportementale et processuelle. L'approche trait (ou approche descriptive) répond à la question « qui est l'entrepreneur ? », l'approche comportementale (ou approche par les faits) répond à la question « que fait l'entrepreneur ? » Et la troisième approche processuelle (approche cognitive) répond à la question « comment ? »

### **2.1. Approche descriptive (Approche par les traits)**

L'approche descriptive appelée également, approche par les traits (STEVENSON et JARILLO, 1990) est une approche centrée sur l'individu. Elle consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (les non-entrepreneurs) (GREENBERGER et SEXTON, 1988 ; GARTNER, 1990 ; SHAVER et SCOTT, 1991).

Jusqu'à la fin des années 80, de nombreux chercheurs ont essayé de mettre en avant les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité qui caractérisent les entrepreneurs qui réussissent. « L'approche par les traits de personnalité a essayé d'établir le profil psychologique typique de l'entrepreneur, en partant du principe que les personnes qui possèdent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs auront une tendance supérieure ou un potentiel à agir de manière entrepreneuriale, ce dont seront dépourvues les personnes qui ne possèdent pas ces caractéristiques. Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques).

<sup>8</sup><https://www.creerentreprise.fr/intrapreneuriat-definition-exemples/> consulté le 13 mai 2021.

L'entrepreneur et le non-entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts »<sup>9</sup>.

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 (MARCHESNAY, 1997, REYNOLDS, 1988 ; CACHON, 1992).

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 typique (LOW et MAC MILLAN, 1988 ; BULL et WILLIARD, 1993).

Les critiques soulevées à l'égard de cette approche ont été très nombreuses. « Selon VESPER (1985) et GARTNER (1990), la recherche du profil de l'entrepreneur ne répond pas à la question fondamentale, à savoir : comment une entreprise voit-elle le jour ? L'entrepreneur type est un mythe. Par conséquent, toute typologie qui tenterait de catégoriser les entrepreneurs à partir des traits de personnalité paraît illusoire ».<sup>10</sup>

Dans son célèbre article « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question », Gartner (1988) soulève plusieurs critiques à l'égard de l'approche par les traits. Il propose de se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur (approche par les faits) et non ce qu'il est (approche par les traits). En d'autres termes il s'agit de remplacer la question « qui est l'entrepreneur ? » Par « que fait l'entrepreneur ? »<sup>11</sup>

## **2.2. Approche comportementale (Approche par les faits)**

Nous parlons souvent de l'entrepreneur (self-made man) mais nous oublions que sa réussite ne dépend pas uniquement de ses traits de personnalité et de ses caractéristiques psychologiques. En effet, « l'entrepreneur se forme graduellement, influencé d'abord affectivement par sa famille, ensuite symboliquement par le milieu du travail et ses modèles entrepreneuriaux, et enfin sociologiquement par son implication graduelle dans un milieu, son

<sup>9</sup>Basso, O. (2006). Le manager entrepreneur: entre discours et réalité, diriger en entrepreneur. Pearson Education France, p129.

<sup>10</sup>Diakite, B. (2004). Facteurs socioculturels et création d'entreprise en Guinée: Étude Exploratoire des ethnies peule et soussou. Résumé, 02.

<sup>11</sup>Mounia Diamane, et KUOBAA Salah, Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat, 2ème Colloque international sur l'entrepreneuriat et le développement des PME dans le monde, 2016 p. 4-5.

enracinement et son intégration dans ce dernier » (SCHMITT, 2008). En d'autres termes, la dimension individuelle de l'entrepreneur n'est rien sans un environnement adéquat.

« Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues, elles-mêmes de réels objets d'analyse » (TOUNES, 2003). De nombreuses publications ont montré l'importance de l'environnement socioculturel, du réseau personnel et professionnel, du contexte familial et du cadre politique et économique dans l'explication des comportements entrepreneuriaux. (BOWEN et HISRICH, 1986 ; HISRICH et O'CINNEIDE, 1986 ; ALDRICH et AL, 1987 ; FILION, 1991 ; SAGLIO, 1991 ; CASSON, 1991).

« L'approche comportementale est donc intéressante en ce qu'elles préoccupent des comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, lesquels s'inscrivent dans un environnement culturel, social, économique et politique ». (GARTNER, 1988) » Dans les années 1990, les recherches en entrepreneuriat se sont orientées vers l'étude des comportements des entrepreneurs (approche comportementale). La logique sous-tendant cette approche veut que l'on puisse prédire la performance des entrepreneurs en observant le « faire entrepreneur » et non « l'être entrepreneur ». Autrement dit, l'approche comportementale s'est orientée vers la définition de l'entrepreneur par ce qu'il fait, c'est-à-dire par les actions et les comportements qu'il engage tout au long du processus de création d'entreprise plutôt que par ses traits de personnalité (CHANDLER et JANSEN, 1992).

Selon GARTNER(1993), la meilleure manière d'étudier le comportement entrepreneurial est de suivre la logique adoptée par MINTZBERG pour étudier le comportement managérial : « Je crois que la recherche sur les comportements entrepreneuriaux doit être fondée sur le travail de terrain selon le modèle de l'étude de MINTZBERG sur le travail managérial. Les chercheurs doivent observer les entrepreneurs lorsqu'ils sont en train de créer des organisations. Ce travail doit être décrit en détail et les activités systématisées et classifiées. La connaissance des comportements entrepreneuriaux dépend du travail de terrain. »

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).

STEVENSON et JARILLO (1990) affirment « qu'il est réducteur d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneuriat) en se référant à quelques traits psychologiques ou sociologiques ». En effet, « La création d'entreprises cesse d'être analysée comme la Photographie instantanée d'un événement où le créateur est d'abord seul (...) puis n'est plus seul, mais joue toujours le rôle principal (...). Elle devient un film dont le créateur est un des acteurs ; c'est l'approche axée sur le processus entrepreneurial » (HERNANDEZ, 1995).<sup>12</sup>

### 2.3. Approche processuelle (approche cognitive)

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 (CARTER, GARTNER et REYNOLDS, 1996).

L'approche par processus est une approche dynamique qui s'intéresse à des phénomènes en évolution. Elle « s'oppose aux approches fixistes du monde où l'on fige des relations et l'état des notions et des concepts. (...) Elle correspond à toutes ces publications récentes où il n'est plus question du créateur et de ces caractéristiques, mais de formation d'organisation, de création d'organisation, d'émergence organisationnelle, etc. » (Hernandez, 1995).

Contrairement à l'approche descriptive et comportementale, l'approche processuelle privilégie une vision plus large de l'entrepreneuriat.

« 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

---

<sup>12</sup>Idem, 2016, page 2

variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux» (TOUNES, 2003).

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 (1990) 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.

Autres auteurs définissent le processus entrepreneurial sous un angle plus élargi que celui de la création d'une nouvelle organisation (GARTNER,1999).

A titre d'exemple, SHANE et VENKATERAMAN (2000), définissent le processus entrepreneurial comme étant le processus d'identification et d'exploitation d'une opportunité. Contrairement à GARTNER(1990) ces auteurs se sont intéressé aux étapes du processus entrepreneurial qui précèdent « l'initiation » au sens de Gartner.

Selon SHANE et VENKATERAMAN (2000), le processus entrepreneurial est constitué de trois phases fondamentales : (1) l'existence ou l'apparition de l'opportunité, (2) l'identification de l'opportunité et (3) l'exploitation de l'opportunité.

- ✓ **L'existence ou l'apparition de l'opportunité** : SHANE et VENKATERAMAN(2000) 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. « Si les opportunités sont apparentes à tous les individus en même temps, seuls ceux détenant des informations prioritaires et les

capacités cognitives nécessaires arrivent à la reconnaître » L'identification des opportunités suppose la capacité à les percevoir lorsque d'autres voient le chaos, des contradictions et la confusion.

- ✓ **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 phase, 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.).<sup>13</sup>

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

Question Principale	Approche descriptive(what)	Approche comportementale (who, why)	Approche processuelle(how)
Echelle du Temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine Scientifique Principale	Economie	Psychologie, sociologie, Psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des Organisations
Objet d'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristique personnelles, Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle Organisation
Paradigme Dominant	Positivism	Positivism Sociologie Compréhensive	Constructivism Positivism
Méthodologie	Quantitative	Quantitative, Qualitative	Qualitative, Quantitative

<sup>13</sup>Idem, 2016, page 4

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...)	Etat, collectivités territoriales, responsables économique	Entrepreneurs, Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprise, entrepreneurs, entrepreneurs Potentiels, éducateurs formateurs.

Source : FAYOLLE Alain, introduction à l'entrepreneuriat, DUNOD, 2005, P17

**3. Les paradigmes de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un processus de découverte d'évaluation et d'exploitation des opportunités et un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. De même, il permet de créer la valeur, l'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et même, ce dernier est une condition importante pour que l'entrepreneur existe. L'innovation constitue un moteur pour la fonction de l'entreprise et celle de l'entrepreneur.

**3.1. 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. Ainsi, SHANE et VENKATERAMAN qui sont les plus cités, 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 »<sup>14</sup>. Cette définition fait apparaître trois étapes importantes dans l'émergence du phénomène entrepreneurial : la découverte, l'évaluation et l'exploitation de l'opportunité. Tout individu qui se veut entrepreneur doit donc pouvoir suivre ces différentes étapes.

<sup>14</sup> Shane, S. et Venkataraman, S, « The promise of entrepreneurship a field of research », Academy of Management Review, vol. 25, n°1, 2000 , p 218 in Loué C et Laviolette E.M, « les compétences entrepreneuriales : définition et construction d' un référentiel », 8ème Conférence de l'Association Internationale de recherche en entrepreneuriat et PME (AIREPME), Fribourg 24-27 Octobre 2006, p 4

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'affaires »<sup>15</sup>

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.

Dans la même perspective LOUE et LAVIOLETTE<sup>16</sup> soulignent que l'opportunité est à la base une nouvelle information profitable à laquelle un individu accède à deux conditions. Premièrement, s'il détient des connaissances antérieures qui sont complémentaires à cette information et qui permettent de la révéler et deuxièmement, s'il possède certaines propriétés cognitives pour l'évaluer. La détention de cette information déclenche une vision entrepreneuriale : un projet d'exploitation de cette opportunité.

### 3.2. 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<sup>17</sup> 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.

Pour VERSTRAET. T « l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »<sup>18</sup> La principale caractéristique du travail de cet auteur est l'utilisation du terme impulsion au lieu de création d'organisation car il suppose le déclenchement croissant et dynamique et le développement d'une activité ou d'une entreprise.

<sup>15</sup>Verstraete.T (2003) « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », éditions de l'ADREG, <http://asso.nordnet.fr/adreg>.

<sup>16</sup> Loué C et Laviolette E.M, « les compétences entrepreneuriales : définition et construction d' un référentiel », p 4, op cit.

<sup>17</sup> Gartner, « The domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation », 1995, p 69 in R.Jaziri, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat: Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat ». Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis, Apr 2009, Gafsa, Tunisie. 2009. <https://hal.inria.fr/hal-00829206v1/document>.

<sup>18</sup>Verstraete, T, Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat, op cit.

### 3.3. Le paradigme de création de valeur

Les auteurs associés à ce paradigme considèrent l'entrepreneuriat comme créateur de richesse et d'emploi pour la nation. Ainsi, l'entrepreneuriat s'ancre dans la dialogique individu /création de valeur.

Dans ce contexte, BRUYAT.C a énoncé que « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur ». Il a prouvé que « l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeurs, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal »<sup>19</sup>. Cette relation individu/création de valeur 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 qui, par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.), le détermine et est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitude, etc.).

### 3.4. Paradigme de l'innovation

Le paradigme de l'innovation trouve ses origines dans l'œuvre de SCHUMPETER.J et plus récemment dans les ouvrages de DRUCKER.P pour qui l'innovation est la fonction spécifique de l'entrepreneuriat. 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 ». <sup>20</sup>

Pour ces auteurs l'innovation est de nature technologique ou de nature organisationnelle. Elle peut être radicale, systématique, sporadique ou globale.

La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur de développement économique.<sup>21</sup>

### 3.5. 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

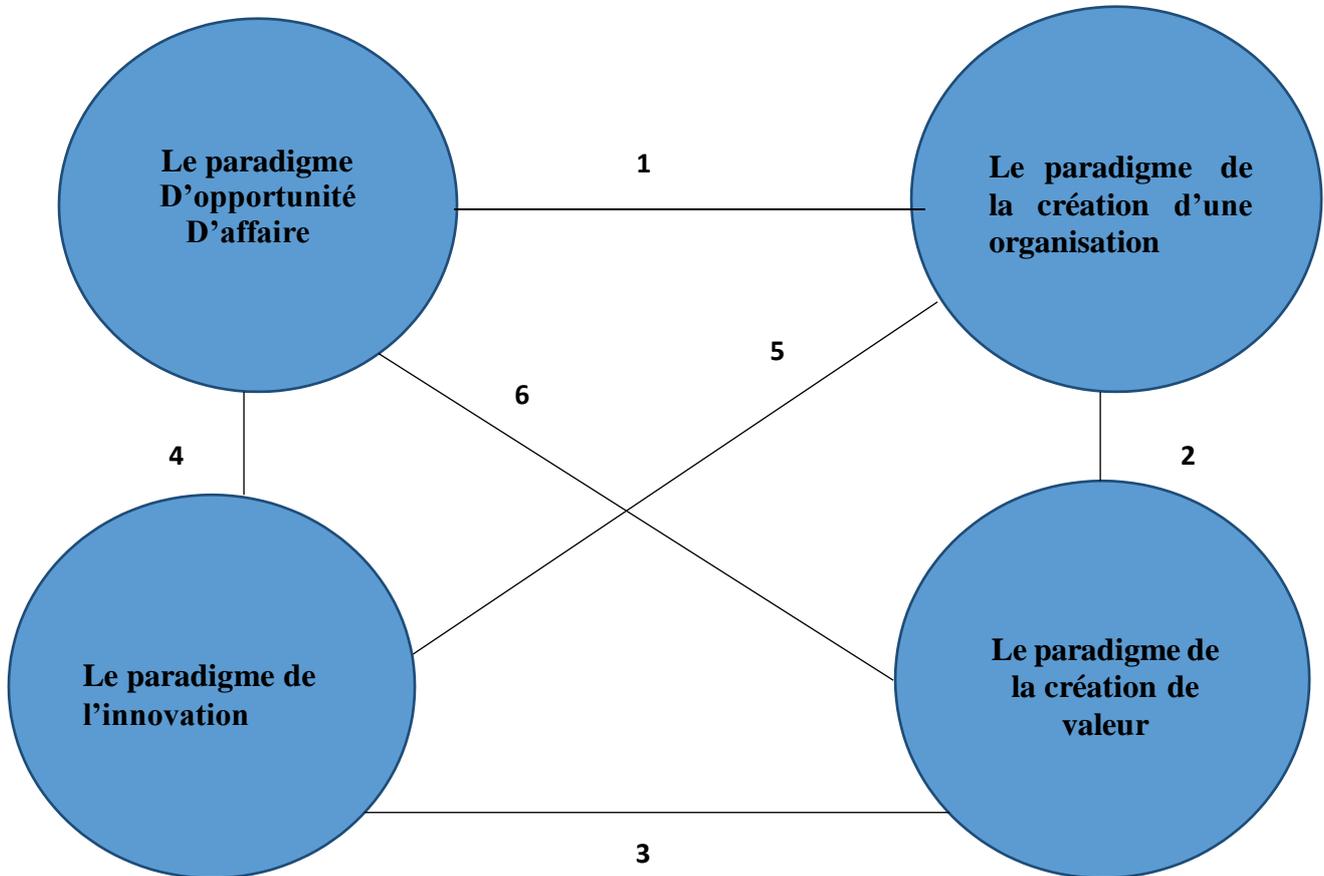
<sup>19</sup>Bruyat .C, « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, (Grenoble II), Ecole Supérieure des Affaires,1993, in M. Bellotto, « Processus de transformation des intentions en action entrepreneuriales », L'université de CHARLES-DE-GAULLE LILLE 3,2012, p14. Accessible sur <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00870880/document>.

<sup>20</sup> Julien. P-A. et Marchesnay, M, L'entrepreneuriat. Economica, Collection Gestion Poche. 1996, p.35, in M. Bellotto, « Processus de transformation des intentions en action entrepreneuriales », p13.

<sup>21</sup>KOURAICHE.Nassira (2018) : « Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignement Supérieur en Algérie », Revue académique des études humaines et sociales, Université Hassiba ben Bouali, Chlef, p41. 42.

paradigmes de la création d'organisation, de l'innovation, de la création de valeur et de l'opportunité. Pour illustrer cette idée de liens, nous avons élaboré un schéma simple<sup>22</sup> :

**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.

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

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) .

<sup>22</sup>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.

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).

#### **4. La diversité des situations entrepreneuriales**

Dans ce point, nous allons présenter les principales formes de l'entrepreneuriat tel que la création d'entreprise, la reprise d'entreprise et l'entrepreneuriat organisationnel.

##### **4.1. La 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 comme ceux qui créent leur emploi (petit commerce, profession libérale), ceux qui inventent et innovent et ceux qui prennent une idée ailleurs et la développent. Il est possible de distinguer quelques situations typiques et d'en souligner les implications principales de l'entrepreneur.

##### **4.1.1. La création ex nihilo**

C'est la création d'une entreprise par un individu ou un groupe. Ce type de création repose sur une idée innovante ou l'entrepreneur sera chargé de convaincre les utilisateurs et les acheteurs par le nouveau produit. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. Par ailleurs, les risques doivent être bien évalués par l'entrepreneur.

#### 4.1.2. La création par essaimage

« L'essaimage est un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimant, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec ». On distingue trois sous-catégories de l'entrepreneuriat par essaimage :

- **L'essaimage à chaud (ou social)** : permet à l'entreprise « qui essaime » de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en place une politique de restructuration ;
- **L'essaimage à froid (ou actif)** : concerne les salariés porteurs de projet de création d'entreprise ;
- **L'essaimage stratégique** : permet de mettre en œuvre une politique économique gagnant/gagnant pour externaliser une activité.

C'est une option à considérer si vous avez le statut de salarié, d'autant plus que vous bénéficierez d'un accompagnement d'expert pour une collaboration profitable aux différentes parties prenantes.<sup>23</sup>

D'une autre manière, L'essaimage est le fait pour l'entreprise d'accompagner et de faciliter la création d'entreprise par ses salariés. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

#### 4.1.3. La création en franchise

Entreprendre en franchise est une démarche de commercialisation impliquant deux principales parties : le franchiseur et les franchisés.

C'est un système dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés (d'autres entreprises indépendantes, à la fois juridiquement et financièrement) de reprendre un concept, vendre des produits ou services moyennant une compensation financière.

<sup>23</sup>Daval H, (2000, p 92) cité par Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, soutenue en 2005, P8.

Ainsi, le franchisé peut bénéficier de la notoriété de la marque du franchiseur, de son expertise, de son identité visuelle, d'une renommée déjà acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché. En retour, il s'acquitte d'un droit d'entrée lors de la signature du contrat et des « royalties » durant la collaboration.<sup>24</sup>

#### **4.1.4. La 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 sa situation personnelle et familiale.

#### **4.1.5. La 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 davantage appel à des qualités et à des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité réelle de management de projets d'innovation peuvent être concernés par la création d'activité nouvelle, qu'ils aient initiée ou non le processus.

#### **4.2. La reprise d'entreprise**

La reprise d'entreprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Dans ce cas, l'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ce cas l'incertitude est généralement moindre et les niveaux des risques beaucoup plus faibles.

---

<sup>24</sup><https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat> , consulté le 13 mai 2021.

#### 4.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Dans ce cas, il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, d'avoir de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie et il ne faut pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise.

#### 4.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficultés

Si les difficultés sont déclarées (cas de l'entreprise en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Certaines conditions apparaissent importantes à savoir : avoir des relations avec des acteurs clés dans le milieu, avoir des connaissances et probablement des expériences des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux : personnel, clients, fournisseurs, partenaires, autres parties prenantes.

### 4.3. L'entrepreneuriat organisationnel

Il existe de nombreuses définitions de l'entrepreneuriat organisationnel. SHARMA ET CHRISMAN le définissent comme un processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou provoque le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation.

WOLCOTT et LIPPITZ le définissent comme « le processus par lequel des équipes au sein d'une société établie conçoivent, favorisent, lancent et gèrent une nouvelle entreprise distincte de la société mère en tirant parti des actifs, de la position sur le marché, des capacités ou d'autres ressources. »<sup>25</sup>

L'entrepreneuriat organisationnel est donc une modalité d'innovation qui ne repose pas sur des processus et des compétences institutionnalisés mais sur l'élan et l'improvisation des individus.

L'entrepreneuriat organisationnel place les individus et leurs interactions sociales au centre du processus d'innovation. Les entrepreneurs organisationnels sont des employés autonomes et engagés qui se comportent comme des partenaires de l'organisation et non comme des rouages.

<sup>25</sup>Véronique Bouchard, L'entrepreneuriat organisationnel au service de l'innovation, 2017.

En outre, les entrepreneurs organisationnels ne contribuent pas uniquement au processus d'innovation en tant que spécialistes mais prennent en charge tous les aspects de leur projet, au cours de ses différentes phases.

Ils ne peuvent pas s'appuyer sur une enveloppe financière préétablie mais doivent continuellement « vendre » leur projet en interne afin d'obtenir les ressources dont ils ont besoin. Il est également commun pour les entrepreneurs organisationnels de travailler sur leur projet en parallèle de leurs autres activités, au moins dans un premier temps.

Ils s'appuient sur des réseaux informels pour obtenir des ressources et des appuis et ne suivent pas nécessairement les procédures standards. Enfin, les entrepreneurs organisationnels sont prêts à assumer personnellement la responsabilité du succès ou de l'échec de leur projet.

## **5. L'importance de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants d'une économie en plein essor, Croissance en raison de l'importance de l'esprit d'entreprise dans la recherche et la politique, Les rendements économiques sont essentiellement les avantages qu'il apporte à l'économie et à la société

### **5.1 Entrepreneuriat et croissance économique**

L'entrepreneuriat est un des facteurs importants pour une économie en pleine croissance. En effet, la création de nouvelles entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique et permet de dynamiser le tissu économique.

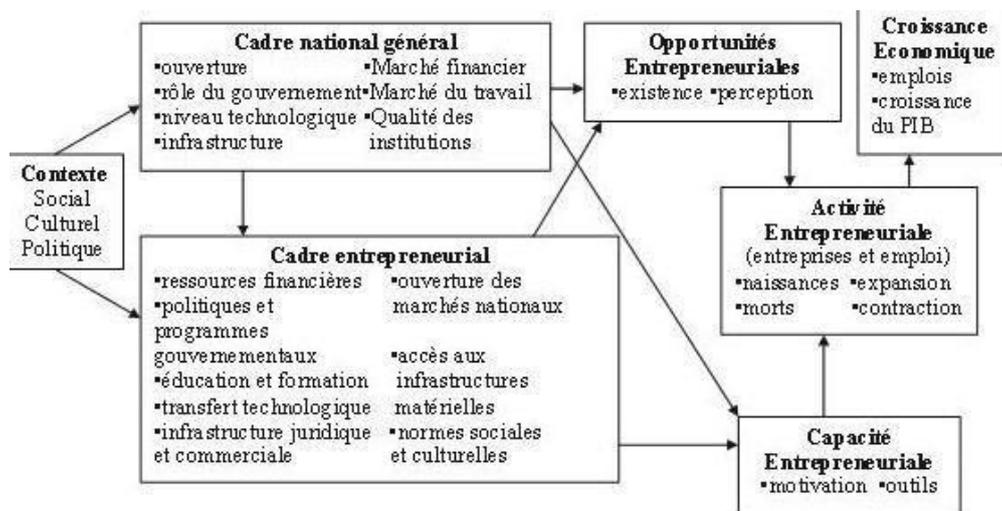
Les entrepreneurs jouent un rôle fondamental dans une économie de marché mais aussi dans toute autre économie. La présence des entrepreneurs permet d'accroître l'efficacité d'une économie car ces derniers interviennent pour permettre et faciliter les transactions entre des agents dont les préférences et les disponibilités en ressources ne sont pas identiques.

Ils jouent un rôle important dans le renouvellement du parc d'entreprises. Nécessaires au développement économique, à la création d'emplois, les entreprises nouvelles aujourd'hui ne sont pas assez nombreuses. Il faut donc susciter des vocations de nouveaux entrepreneurs, constituer un vivier de créateurs, disposer d'une pépinière de nouvelles pousses entrepreneuriales. C'est pour cette raison qu'il faut promouvoir l'esprit d'entreprendre chez la

population en général, et chez les jeunes en particulier. En effet les jeunes d'aujourd'hui sont les acteurs (entrepreneurs) de demain.

L'entrepreneuriat peut être un moyen de lutter contre le chômage et la précarité des jeunes. Cette solution permet de réduire la dépendance et la passivité. A travers la création d'entreprise, les jeunes peuvent créer eux-mêmes leur emploi.

**Figure 02 : impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique**



Source : [http://abdallah.over-blog.com/pages/Lentrepreneuriat\\_et\\_ses\\_enjeux-1751551.html](http://abdallah.over-blog.com/pages/Lentrepreneuriat_et_ses_enjeux-1751551.html)

consulte le 14 mai 2021

## 5.2 Entrepreneuriat et création d'emploi

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois où entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ses membres de famille.

## 5.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par la réactivation

et le redémarrage d'entreprises ce qui permet de constituer un contreponds et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.<sup>26</sup>

#### 5.4 Entrepreneuriat et innovation

En synthétisant ce centre d'intérêt s'explique par le fait que l'entrepreneuriat :

- ❖ Constitue un moteur très important du développement économique et social à travers le monde.
- ❖ Une source de la majorité des nouveaux emplois et stimule la croissance économique.
- ❖ Les nouvelles entreprises permettent d'améliorer la compétitivité des économies des pays industrialisés ou en voie de l'être.
- ❖ Favorise le développement local et restructure plusieurs régions.
- ❖ Contribue au renouvellement des économies contrairement à plusieurs grandes entreprises qui perdurent trop souvent à cause du support massif des gouvernements

#### 6. L'enseignement de l'entrepreneuriat aux universités

La recherche combinant l'enseignement et l'entrepreneuriat n'est pas un fait récent. MCCLELLAND 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 pédagogiques.

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.<sup>27</sup>

<sup>26</sup>STHEVY LUKOKI, 2014Analyse de l'impact de l'entrepreneuriat sur la réduction de la pauvreté dans la cité de Kimpese. Cas des petits entrepreneurs, mémoire fin cycle aUniversité Kongo (RDC) - SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION.

<sup>27</sup>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.

**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.

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.

**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 universitaire.

Lors de ces vingt dernières années dans la formation européenne a la gestion HERNANDEZ et MARCO une avancée importante a été enregistrer et cette suite à la prise de conscience d'une formation préalable pour éviter des erreurs grossières dues à l'inexpérience. 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.

### 6.3. Les dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat

La revue de littérature nous a aidés à recenser plusieurs dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat. Ce dernier comprend une dimension entrepreneuriale qui n'écarte pas la dimension instrumentale (SAPORTA et VERSTRAETE, 2000), et a un rôle à jouer pour enrichir plusieurs dimensions cognitives. Puisque l'enseignement de l'entrepreneuriat fait appel à plusieurs techniques, nous ajoutons la dimension technique. Dans la suite, nous analyserons chacune des dimensions

#### 6.3.1 La dimension entrepreneuriale

« La diversité des définitions de l'enseignement de l'entrepreneuriat vient d'une part de la variété des approches au sein d'un même univers (le monde académique, par exemple) et d'autre part de la cohabitation des différents univers qui s'intéressent au domaine et qui en sont des parties prenantes, à savoir les univers académique, politique et pratique » (FAYOLLE, 2007). La dimension entrepreneuriale de l'enseignement de l'entrepreneuriat doit être adoptée dans le système éducatif pour former et soutenir l'intention entrepreneuriale à se transformer à un acte entrepreneurial.

#### 6.3.2. La dimension instrumentale

La dimension instrumentale correspond à la capacité à savoir choisir et utiliser l'outil de gestion approprié selon la situation (SAPORTA et VERSTRAETE, 1999), ce qui sous-entend la capacité à appréhender ladite situation entrepreneuriale. La situation entrepreneuriale est une notion peu utilisée dans les recherches en entrepreneuriat. Dans leur contribution, SCHMITT et AL. (2010) propose une définition des situations entrepreneuriales : « construction d'un monde environnant perçu par l'entrepreneur pour l'action présente à partir de la conception d'une situation future ». Ainsi, l'accent est à mettre les outils et méthodes à l'usage du stratège et de l'organisateur. Cette dimension comprend l'enseignement théorique de l'entrepreneuriat. Elle s'articule autour des cours, des enseignements dirigés et des travaux personnels. Elle est destinée à former les étudiants à maîtriser de concepts, de modèles et d'outils de gestion et de management spécifiques à la création et au développement de PME.

#### 6.3.3. La dimension technique

Pour enseigner une technique, l'apprenant suit selon une présentation analytique, étape par étape, un processus linéaire qu'il doit être capable de reproduire. L'entrepreneuriat peut être représenté en tant que processus (SCHMITT 2005, FAYOLLE 2004, HERNANDEZ, 1999). Cela revient à orienter les programmes de formation et de recherche vers le développement de projets, permettant d'introduire la notion de processus (SCHMITT, 2005).

Comme le souligne FAYOLLE et AL. (2007), l'entrepreneuriat est un concept polysémique qui peut tantôt faire référence à des compétences techniques puisque « l'entrepreneur exécute les techniques relatives à la planification, l'organisation, la direction, la coordination et le contrôle dans tous les domaines fonctionnels clés de la petite entreprise, à savoir la commercialisation, le financement, la production, le personnel, etc. » (BAYAD et AL., 2006). SHOOK, PRIEM et MCGEE (2003) supposent qu'il faut distinguer les compétences entrepreneuriales nécessaires de chaque étape du processus entrepreneurial. En effet, l'une des lacunes au développement de la recherche consacrée à l'enseignement à l'entrepreneuriat concerne le caractère limité des connaissances portant sur le processus d'apprentissage des entrepreneurs (AOUNI et SURLEMONT, 2007). Mais l'enseignement de l'entrepreneuriat n'est pas que technique, elle comporte plusieurs aspects et dimensions.

### **6.34. La dimension cognitive**

SAPORTA et VERSTRAETE (2000) présentent un article centré sur le rôle que peut jouer les composantes en sciences de gestion des universités françaises dans la promotion d'une culture entrepreneuriale. En se posant la question générique de l'enseignement de l'entrepreneuriat, les auteurs se terminent par une présentation des aspects cognitifs d'une formation à l'entrepreneuriat et des défis.

Selon ces auteurs, « l'enseignement a un rôle à jouer pour enrichir cette cognition de l'enseignement de l'entrepreneuriat, selon des protocoles favorisant le travail de tout ou partie de cette cognition. Ainsi, la mise en situation privilégie la réflexivité, la distribution de concepts, la vue conceptuelle donc la pensée stratégique, enfin un travail plus original est à mobiliser pour fournir à l'étudiant des opportunités de développer sa créativité, ses aptitudes en termes de communication, etc.... ».<sup>28</sup>

## **Section 2 : L'acteur principal de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur**

L'entrepreneur est un élément central dans le phénomène entrepreneurial et un acteur principal de sa dynamique. Son étude est étroitement liée à l'étude de l'entrepreneuriat car la frontière entre les deux concepts est floue.

L'objectif de cette deuxième section est de présenter l'évolution de ce concept, sa typologie et ses caractéristiques.

---

<sup>28</sup>Léna Ibrahim, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban Gestion et management Université Nancy2, 2011, p 97- 101.

## 2.1. Définition de l'entrepreneur et les principaux courants de pensée

Il existe différentes façons de définir l'entrepreneur selon le point de vue de chaque discipline.

### 2.1.1. Définition de l'entrepreneur

Un entrepreneur est une personne à l'origine de la création d'une activité économique, dans la plupart des cas ex nihilo. Formulé différemment, un entrepreneur est un chef d'entreprise qui possède les compétences et les motivations suffisantes pour créer une activité économique, se lancer sur un secteur d'activité, créer des emplois, etc.

- CANTILLON R. Est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risque dans le processus entrepreneurial. Pour lui l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre. C'est-à-dire que c'est une personne qui sait saisir les opportunités pour atteindre ses objectifs. Profiter, mais qui supportera le risque.
- J.B. SAY, deuxième économiste à s'être préoccupé de l'entrepreneur. Il place l'entrepreneur comme levier du système productif c'est-à-dire : qu'il ne prend pas seulement les risques de commercialisation, mais aussi, il prend des risques liés la production.
- J. SEMPETER selon lui, l'entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussite. (FAYOLLE & FILLION, 2006).
- Selon FRANK JANSSEN et AL le terme « entrepreneur » remonte à la fin du XVI siècle, époque dans laquelle il apparut dans la langue française pour être repris, bien plus tard, dans la langue anglaise. Ce terme a fait l'objet d'une multitude de définitions. L'entrepreneur peut être le créateur de nouvelles organisations, le repreneur d'organisations existantes, voire un employé développant de nouveaux projets au sein de son organisation. En parlera dans ce cas « d'intrapreneur » ou « d'intrapreneurait »<sup>29</sup>

<sup>29</sup> JANSSEN Frank, *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, 2ème édition, Paris, édition de Boeck supérieur, 2016, p : 34.

- Selon TOUNES (2003), la notion d'entrepreneur est une réponse au besoin de la théorie économique de s'appuyer sur un type idéal afin de fournir une explication générale du fonctionnement de l'économie de marché.<sup>30</sup>

**Tableau N°2 : Définition d'entrepreneur selon les écoles de pensée**

Appellation des écoles	Définitions de l'entrepreneur	Auteur de Référence
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	Casson (1991)
L'école comportementale	Un entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
l'école psychologique avec les courants personnaliste et cognitif	Un entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité, que par le processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shaver et Scott (1991)
L'école de processus	Un entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Bygrave et Hofer (1991)

**Source :** Cécile Fonrouge, entrepreneur/manager : deux acteurs d'une même pièce, p7

### 2.1.2. L'entrepreneur et les principaux courants de pensée

CUNNINGHAM et LISCHERON (1991) ont distingué six écoles de pensée en entrepreneuriat à propos des entrepreneurs. La conception de ces auteurs repose sur la

<sup>30</sup> BOURGUIBA ,2007, « Les fondements historiques de l'entrepreneuriat émanent des sciences économiques par des études dédiées au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique» p 39.

combinaison des philosophies des différentes écoles de pensée à propos de l'entrepreneur. L'objectif de chaque école c'est d'apporter une vision nouvelle dans la description des caractéristiques de l'entrepreneur et de ses compétences.

- ❖ L'école des « *grands hommes* » qui considère les entrepreneurs comme des personnes ayant des capacités exceptionnelles innées et qui les différencient des autres personnes non entrepreneurs.
- ❖ L'école des « *caractéristiques psychologiques* » qui définit les entrepreneurs à partir de leurs caractéristiques personnelles et leurs valeurs propres à eux comme les attitudes et les besoins.
- ❖ L'école « *classique* » qui perçoit les entrepreneurs comme des innovateurs et des créatifs, capables de créer leurs opportunités d'affaires par leurs recherches persévérantes.
- ❖ L'école du « *management* » qui voit les entrepreneurs comme des organisateurs de processus de création de richesses économiques en saisissant des opportunités par l'utilisation de techniques appropriées de gestion et de management.
- ❖ L'école du « *leadership* » considère que les entrepreneurs comme des leaders ayant les capacités à motiver, diriger et conduire leurs personnels, c'est des meneurs d'hommes.
- ❖ L'école de « *l'intrapreneurship* » suggère que les entrepreneurs disposent de compétences appropriées pour innover, développer et diversifier les activités de leurs entreprises existantes.

## 2.2. Les caractéristiques de l'entrepreneur

De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale. On distingue alors deux genres de caractéristiques démographiques et psychologiques.<sup>31</sup>

### 2.2.1. Les caractéristiques démographiques

Comme le sexe, l'âge, ethnicité ou l'état civil, et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière. L'âge est généralement associé à un comportement plus conservateur, poussant les individus à privilégier des objectifs de sécurité salariale et professionnelle. Le sexe peut contribuer à déterminer les opportunités d'emploi et d'accès à des réseaux professionnels d'un individu. Les femmes qui se lancent dans une carrière d'indépendance, seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de barrières liées à l'éducation, à la

<sup>31</sup> JANSSEN Frank, Op-cit, 2016, p 45

pression familiale et à l'environnement professionnel. Dans le cas de l'appartenance à une minorité ethnique, l'entrepreneuriat peut constituer un facteur d'intégration sociale.

## 2.2.2. Les caractéristiques psychologiques

D'autres études portent sur les caractéristiques durables de la personnalité, ou des traits psychologiques que nous allons évoquer dans ce qui suit :

### ✓ Le besoin d'accomplissement

Citons les travaux de MCCLELLAND (1961,1965) qui étaient basés sur le critère du besoin d'accomplissement<sup>31</sup>, pour lui ce dernier est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneur préfère être le responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié), d'établir ses propres objectifs et les faire réaliser par soi-même(contrôler).« *Être son propre patron*».

### ✓ La prise de risque :

Elle peut se révéler dans le choix de poursuivre une idée d'affaire dont les probabilités de succès sont faibles. Or, cette tolérance au risque est plus importante chez certains individus que chez d'autres. La création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque.

### ✓ L'esprit inventif

J.SCHUMPETER(1935) souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation « d'entrepreneur » ; ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils s'assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

C'est-à-dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants (inventions) pour créer des produits utiles (en innovant).

### ✓ L'autonomie :

Besoin d'autonomie se manifeste chez les individus qui préfèrent mettre en place leurs propres objectifs, développer des plans d'action et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs. Ces individus cherchent à éviter les restrictions et les rôles établis dans les organisations et choisissent ainsi une activité indépendante. Selon Kets De vries (1977), l'entrepreneur serait une personne déviante incapable de se soumettre à l'autorité d'autrui et de s'adapter aux structures d'une organisation existante.

✓ **Contrôle de son destin**

Concept issue d'une théorie développée par ROTTER dans les années 1960. Selon BORLAND l'entrepreneur aurait une motivation de contrôle du destin. Pour lui, les conséquences de ses actions dépendraient de son propre comportement et ne seraient pas le résultat du hasard ou la décision d'autrui.

✓ **La confiance en soi**

Il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser efficacement certaines actions. Les individus qui ont une grande confiance en eux résolvent mieux les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans les perspectives à long terme. Toutefois ces études portant sur les traits ont été largement critiqués. Ainsi en s'intéressant aux traits de personnalité, on finissait par décrire l'entrepreneur comme « une personne pleine de contradictions et tellement remplie de traits qu'elle pourrait être n'importe qui ». Il s'agirait plutôt de caractéristiques communes aux individus « à succès », qu'ils soient entrepreneurs, managers ou autre.<sup>32</sup>

### 2.3. Les typologies de l'entrepreneur

L'absence d'une définition précise de l'entrepreneur, a poussé les chercheurs à diriger leur recherche autour des traits de l'entrepreneur, cela a abouti vers une mise en lumière de plusieurs typologies de ce dernier.

#### 2.3.1. Typologie de NORMAN SMITH: l'artisan et l'opportuniste

Nous commençons par NORMAN SMITH qui, en 1967, identifie deux types d'entrepreneurs (HERNANDEZ, 1999)

- ***L'entrepreneur artisan*** : défini comme ayant une éducation limitée, détenant une formation technique, ne peut pas composer avec son environnement, se méfiant des emprunts. Il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise.
- ***L'entrepreneur opportuniste*** : possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses, mieux intégré dans son environnement, très bon communicant, cherchant à développer l'affaire qu'il a créé.

---

<sup>32</sup> Idem, p. 46

### 2.3.2. La typologie de LAUFER

J. LAUFER identifie quatre types d'entrepreneur selon les motivations psychologiques et les comportements économiques, et cela selon une étude qui portait sur soixante créations d'entreprise, entre 1955 à 1970.<sup>33</sup>

- *L'entrepreneur manager ou innovateur* : formé dans une grande école, et ayant une expérience dans de grandes entreprises, ce type est motivé par le besoin de création, de réalisation et de pouvoir, intéressé plutôt par une dynamique de croissance.
- *L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance* : la croissance et l'autonomie financière représente pour lui des objectifs importants, donc ses préoccupations permanentes sont la recherche d'équilibre entre la croissance et l'autonomie, généralement il crée son entreprise à la suite d'un parcours comme subordonné, et son niveau d'instruction n'est pas élevé.
- *L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité* : ce type d'entrepreneur refuse de la croissance mais cherche l'efficacité, il choisit un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Les besoins de pouvoir et d'autorité sont ses principales motivations. Très fréquemment, l'orientation technologique de l'entrepreneur et de l'entreprise est présente.
- *L'entrepreneur artisan* : recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Ainsi, il accorde de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sérail familial

### 2.3.3. Typologie de KNIGHT :

KNIGHT 1983, à observer trois types d'entrepreneurs :

- *L'artisan-inventeur* : motivé par l'innovation, et voulant développer un nouveau produit.
- *Le promoteur* : ses compétences relèvent du domaine commercial, marketing et vente.

<sup>33</sup> ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition d'organisation, 2003, P 56

- Le *gérant-général* : coordinateur, réunissant des éléments et des connaissances - extérieures pour réaliser sa création

### 2.3.4. Typologie de JULIEN et MARCHESNAY

P-A. JULIEN et MARCHESNAY proposent cette typologie, en partant du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur :

- ❖ La pérennité de son entreprise.
- ❖ L'indépendance : l'autonomie surtout dans la prise de décision.
- ❖ La croissance : la volonté de puissance et désir de pouvoir.

Ils distinguent ainsi deux grands types d'entrepreneurs :

- *Une logique d'action patrimoniale : le PIC* : le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui seront réinvesties dans l'affaire.

- *Une logique d'action entrepreneuriale : le CAP* : elle se situera dans les activités turbulentes, évolutives, donc privilégiant la croissance forte, c'est-à-dire, la recherche du cadre et des conditions les plus sécurisantes, semblent être ses ressorts principaux. Selon M. Henni « un « CAP » peut évoluer vers un « PIC » lorsque son entreprise devient mature et identifiable dans le marché. Les deux auteurs reconnaissent des limites de leurs apports car ces typologies trouvent leur vérification dans les cas ultimes ; ou bien extrêmes ».

Chaque typologie renvoie à des critères et à des dimensions qui constituent, d'une certaine façon, des facteurs essentiels de compréhension des entrepreneurs. On peut dire que ces derniers peuvent s'identifier selon plusieurs situations condition de création, le profil du dirigeant, les conditions d'innovation et la logique d'action.

### 2.3.5 Typologie de J.-C. ETTINGER

J.-C. ETTINGER a proposé une vue simplifiée de la typologie des entrepreneurs et il a distingué deux types d'entrepreneurs

- **Les entrepreneurs indépendants** : Le besoin en autonomie est dominant semblable à celui de l'entrepreneur artisan. La croissance de l'entreprise est conditionnée par ses propres ressources
- **Les entrepreneurs créateurs d'organisations** : Entrepreneur à la recherche d'opportunités offertes par l'environnement socio-économique. La croissance

n'est pas un objectif très marqué et s'inscrit dans le cadre du développement économique.<sup>34</sup>

**Tableau N°3 : Typologies d'entrepreneurs**

<b>Auteurs</b>	<b>Date</b>	<b>Typologies</b>
<b>Smith</b>	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneuriat artisan 2. L'entrepreneur opportuniste
<b>Collins et Moore</b>	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
<b>Laufer</b>	1975	Quatre types d'entrepreneur : 1. Le manager ou innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
<b>Miles et Snow</b>	1978	Quatre types d'entrepreneurs 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
<b>Julien et Marchesnay</b>	1987 1996	Deux types de parétaires-dirigeants : 1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)
<b>Carland, Hoy</b>	1988	Deux types d'acteurs organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
<b>Lafuente et Salas</b>	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 4. Managérial
<b>Vesper</b>	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls

<sup>34</sup> J.-C. Ettinger, « Stimuler la création d'emplois par la création d'entreprises », Revue Française de Gestion, 1989, n° 73, pp. 56-61.

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Bâisseurs d'équipes</li> <li>3. Innovateurs indépendants</li> <li>4. Multiplicateurs de modèle existants</li> <li>5. Exploitants d'économie d'échelle</li> <li>6. Rassembleurs de capitaux</li> <li>7. Acquéreurs</li> <li>8. Artistes qui achètent et vendent</li> <li>9. Constructeurs de conglomérats</li> <li>10. Spéculateurs</li> <li>11. Manipulateurs de valeurs apparentes</li> </ol>
<b>Filion</b>	1998	Deux types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opérateur</li> <li>2. Visionnaire</li> </ol>

**Source :** Thierry VERSTRAETE, Histoire d'entreprendre, P 256.

## CONCLUSION

A travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue sur l'aspect théorique de l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène large et multidimensionnel et complexe, 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, dont l'acteur principal de ce dernier est l'entrepreneur qui est l'innovateur, un leader et un animateur des équipes, un coordinateur de ressources ou un chercheur d'opportunités. Il joue un rôle économique actif, en création d'entreprises et de richesses, mais aussi en organisant et planifiant la production et en assumant tous les risques.

---

## **Chapitre II**

### **L'intention entrepreneuriale**

---

## Introduction

La différenciation des taux d'entrepreneuriat d'une région à l'autre s'explique partiellement par l'intention entrepreneuriale qui est considérée comme un meilleur prédicateur de l'acte entrepreneurial puisqu'il s'agit de la première notion à utiliser pour étudier l'amont du processus entrepreneurial.

Ce deuxième chapitre a pour objet de bien cerner le concept de l'intention entrepreneuriale et les modèles s'y rapportant, nous présentons tout d'abord, l'intention qui fera l'objet de la première section et les différents modèles seront présentés dans la deuxième section.

### Section 1 : Concepts de base sur l'intention entrepreneuriale

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. Définition de l'intention et quelques autres concepts

##### 1.1.1. Définition de l'intention

Selon le dictionnaire *Larousse*, l'intention est une disposition d'esprit par laquelle on se propose délibérément un but. Etymologiquement, le mot « intention », « *intention* » en latin, vient du verbe latin « *intendere* » qui signifie « tendre vers ». Elle reflète la motivation et la volonté d'aller vers un but précis.

BIRD & JELINEK (1988) et BIRD (1988 ; 1992) définissent l'intention comme un état d'esprit dirigeant l'attention d'une personne (et donc l'expérience et l'action) vers un objet spécifique (But) ou une voie afin de le réaliser (moyen). Les auteurs l'assimilent à une véritable liberté et volonté individuelle. La création d'une entreprise ne s'improvise pas, c'est un choix mûrement réfléchi. L'intention représente le désir, le souhait, la détermination ou la volonté à émettre un comportement.<sup>35</sup>

Pour AJZEN (1991) les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Sans Cette volonté d'agir, qui amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement

---

<sup>35</sup> WANG Y, 2010 « l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèves ingénieurs d'une école française: une étude longitudinale », thèse de doctorat par l'école centrale de Lille, p75

De son but, nous ne pouvons pas parler d'intention entrepreneuriale, mais de velléité (compris comme une intention fugitive, non suivie d'acte), de rêve ou d'imagination. En d'autres termes, L'intention représente le relais entre la logique mentale et la logique d'action. « Généralement, plus une intention de s'engager dans un comportement est forte, plus sa réalisation devrait être probable ». <sup>36</sup>

D'une autre manière, TOUNES (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 entrepreneurial.<sup>37</sup>

CRANT (1996), définit l'intention entrepreneuriale : « par les jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise. »<sup>38</sup>

BOISSIN et AL. (2005) considèrent que : « L'intention de créer une entreprise est supposée dépendre de trois éléments : l'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'a l'individu en sa capacité à mener à bien le processus entrepreneurial. »<sup>39</sup>

Nous constatons l'existence de plusieurs définitions possibles de l'intention. Elles se distinguent moins par de grandes différences d'approche que par leurs nuances. Certains auteurs parlent de jugement, d'autre de volonté ou d'état de pensée, d'autres encore précisent ce qui la constitue, d'autres non. Au final, l'intention implique la volonté d'atteindre un certain but, ici, la création d'entreprise.

## 1.1.2 Autres concepts

Il existe plusieurs concepts qui sont proche de la notion de l'intention entrepreneuriale

### A. La culture entrepreneuriale

La culture entrepreneuriale est, en, effet constituée de qualités et d'attitudes exprimant la

<sup>36</sup> GRIBAA F afani (10janvier2013). «Les déterminants de l'intention environnementale des dirigeants des pme: cas de l'industrie du textile-habillement tunisienne», thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion institut supérieur de gestion de Sousse

<sup>37</sup> 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'oran2Mohamed Ben Ahmed, p69, disponible sur l'EURL : <File://C:/Users/user/Downloads/182573-Article%20Text-465088-1-10-20190128.pdf>

<sup>38</sup> Crant (1996), "The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions", Journal of Small Business Management, vol. 34, n°3, pp. 42-49.

<sup>39</sup> Boissin, Chollet et Emin, «Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat: éléments d'analyse pour l'action »XIVème conférence internationale de management stratégique, pays de la Loire, 2005.

Volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire et mener à terme. Elle se veut être comme une culture du projet, une culture toute particulière puisqu'elle vise à produire de la nouveauté et du changement. Elle se veut aussi être une culture de création et de construction.

La culture entrepreneuriale ne doit plus être considérée uniquement comme un moyen de créer de nouvelles entreprises, mais plutôt comme une attitude générale qui constitue un atout précieux dans la vie quotidienne et professionnelle de tout citoyen, compte tenu de la portée des caractéristiques qui la définissent.

### **B. L'esprit d'entreprendre**

Une nouvelle notion cherchant à expliquer l'action entreprenante tout autant que l'action de créer une entreprise. Cependant, l'esprit d'entreprendre est un état mental qui ne peut être mesuré et évalué que par les indicateurs des capacités associées. Les limitations de cette notion sont doubles : d'une part, ces capacités sont liées à l'esprit d'entreprendre seulement quand il s'agit d'un comportement entrepreneurial et nous risquons de qualifier les individus ayant des capacités sans avoir une intention d'entreprendre ; d'autre part, les indicateurs des capacités sont très nombreux et nécessairement contextualisés. Il est donc très difficile d'opérationnaliser des mesures et d'en retirer une information permettant de prédire la création.

### **C. La culture d'entreprise**

La culture d'entreprise est définie par Gibb comme un ensemble de valeurs, croyances et attitudes communément partagées dans la société, favorisant la poursuite d'un comportement entrepreneurial effectif par des individus ou groupes d'individus.

## **1.2. Place de l'intention 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 ce qui suit, nous allons présenter la place de l'intention au sein de ce processus.

### **1.2.1. 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 les processus dans le champ de l'entrepreneuriat sont des processus complexes.

Selon BRUYAT (1993) : « Un processus de décisions et d'action stratégiques est un processus continu dans lequel il est possible de repérer des temps forts, des changements dans le rythme d'activité ou de l'effort fourni intermédiaires particulièrement importantes ou irréversible »<sup>40</sup>.

Et a proposé un modèle processuel de la création d'entreprise, le processus consiste en six étapes :

1. L'action de créer n'est pas perçue par l'individu du fait d'une insuffisance d'informations liée à l'éducation, à la personnalité et/ou à l'environnement de l'individu.
2. L'action de créer est perçue par l'individu, il a l'information suffisante pour savoir et comprendre la création d'entreprise, mais la création ne fait pas l'objet d'une réflexion à ce stade.
3. L'action de créer est envisagée, la création est considérée comme une alternative à la situation actuelle. L'acteur tente d'identifier une idée de création sans y consacrer beaucoup de temps et d'énergie.
4. L'action est recherchée, l'individu cherche activement une idée et essaie de l'évaluer. L'acteur agit, recherche des informations, réalise des études, développe son projet et investit du temps et de l'argent.
5. L'action est lancée, l'entreprise est créée, commence à produire et à vendre.
6. L'action est réalisée, l'entreprise assure son équilibre d'exploitation, le créateur a apporté la preuve que son projet était viable.

Selon (TOUNES, 2007), le processus entrepreneurial est un continuum dénombré par quatre étapes, la propension, l'intention, la décision et l'acte. Sont comme suit :

❖ **La propension entrepreneuriale** « Larousse » définit la propension comme un « Penchant, inclination à faire quelque chose »<sup>41</sup>. Selon FAYOLLE (2000), la propension entrepreneuriale est « une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale »<sup>42</sup>

❖ **L'intention entrepreneuriale** La propension peut se transformer en intention entrepreneuriale qui peut se manifester par deux aspects majeurs : l'existence d'un projet d'affaire, plus ou moins formalisé, et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise. Cet engagement prend des formes temporelles, logistiques et/ou financières, et se matérialise par la recherche des informations pour structurer le projet.

<sup>40</sup> BRUYATC, (1993), cité par BENATA M, 2014/2015, op. Cite, p42.

<sup>41</sup> ZGHALR, 2007, « L'entrepreneuriat : Théories, acteurs, pratiques ».Ed.Sanabil Med SA, P74.

<sup>42</sup> Idem

❖ **L'intention entrepreneuriale** La propension peut se transformer en intention entrepreneuriale qui peut se manifester par deux aspects majeurs : l'existence d'un projet d'affaire, plus ou moins formalisé, et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise. Cet engagement prend des formes temporelles, logistiques et/ou financières, et se matérialise par la recherche des informations pour structurer le projet.

❖ **La décision entrepreneuriale** se distingue par deux dimensions essentielles. Premièrement, la formalisation du projet est achevée dans ses dimensions stratégiques, mercatiques et financières est transformées en opportunité validée par les études financières et marketing du plan d'affaire. Deuxièmement les ressources humaines, financières et logistiques sont globalement mobilisées.

❖ **L'acte d'entreprendre** correspond au démarrage physique de l'activité. Ce dernier se manifeste par la réalisation des premiers produits ou service. Certains auteurs considèrent que cet acte correspond à l'existence juridique de l'entreprise. Azzedine TOUNES, (2007) réfute cette acception. Pour lui, l'entreprise peut rester longtemps en sommeil ou elle peut ne jamais honorer ses commandes. L'auteur a présenté un outil pour faciliter le positionnement des chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat. Cet outil permet de lier les stades du processus de création (la dimension).

### 1.2.2. L'intention en amont du processus entrepreneurial

HERNANDEZ (1991) note que l'intention ou la volonté est le premier élément nécessaire pour créer une organisation. Elle précède toute action de création. Elle reflète l'objectif du ou des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir.

Le processus entrepreneurial est formé d'un processus conduisant à la prise de décision de créer, phase amont d'une démarche plus globale qui aboutit à l'existence d'une entreprise et d'un processus de création une fois l'idée germée (WATKINS, 1976 ; HISRICH et PETERS, 1991, MARTIN, 1991 et Bhave, 1994).

#### 1. 2. 2. 1 Le processus conceptuel : Intention et vision entrepreneuriales

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 FILION (1991), il s'agit d'une projection de l'entreprise dans le futur, il définit ainsi la vision comme une image projetée dans le futur du lieu de l'entrepreneur

veut que ses produits occupent éventuellement une place sur le marché et aussi une image du type d'entreprise nécessaire pour y arriver. D'après 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 décideur. Selon les travaux de THORNBERRY (1997) et SENGE (1990), il apparaît que la vision renvoie à plusieurs notions. Les auteurs précisent que la vision est le fruit d'une construction et que l'intention détient un caractère central dans sa Constitution. Quand il s'agit de creuser le lien entre la vision et l'intention, AJZEN (1991) – en

S'inspirant des travaux de DOOLEY (1972) et VAN de VEN (1980) montre que l'intention organisationnelle reflète la vision du créateur quant à l'organisation émergente (EMIN, 2003). Dans leur recherche sur la constitution et le fonctionnement de la vision entrepreneuriale, BIRD et BURSH (2003) montrent que l'intention entrepreneuriale joue un rôle médiateur entre la vision entrepreneuriale et la création d'entreprise. D'ailleurs, selon le cheminement de sa constitution, l'intention entrepreneuriale amène à percevoir différents types d'entrepreneuriat.

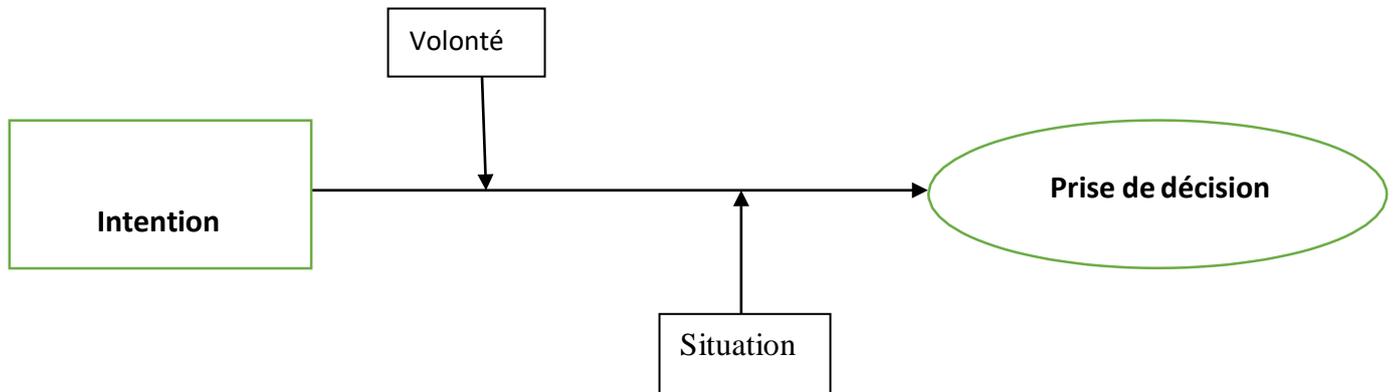
L'intention est définie comme une manifestation mentale qui se résulte à une volonté d'atteindre un but comme la création d'une entreprise. Distinction faite entre « vision » et « intention » nous allons passer au processus de déclenchement qui est le passage de l'intention à l'action.

43

---

<sup>43</sup> Bourguiba, 2007, del'intention a l'action entrepreneuriale p24 à 25.

Figure n°3 : le processus conceptuel



Source : Bourguiba, 2007, de l'intention à l'action entrepreneuriale p28.

### 1.2.2.2 Le processus de déclenchement : de l'intention à l'action entrepreneuriale

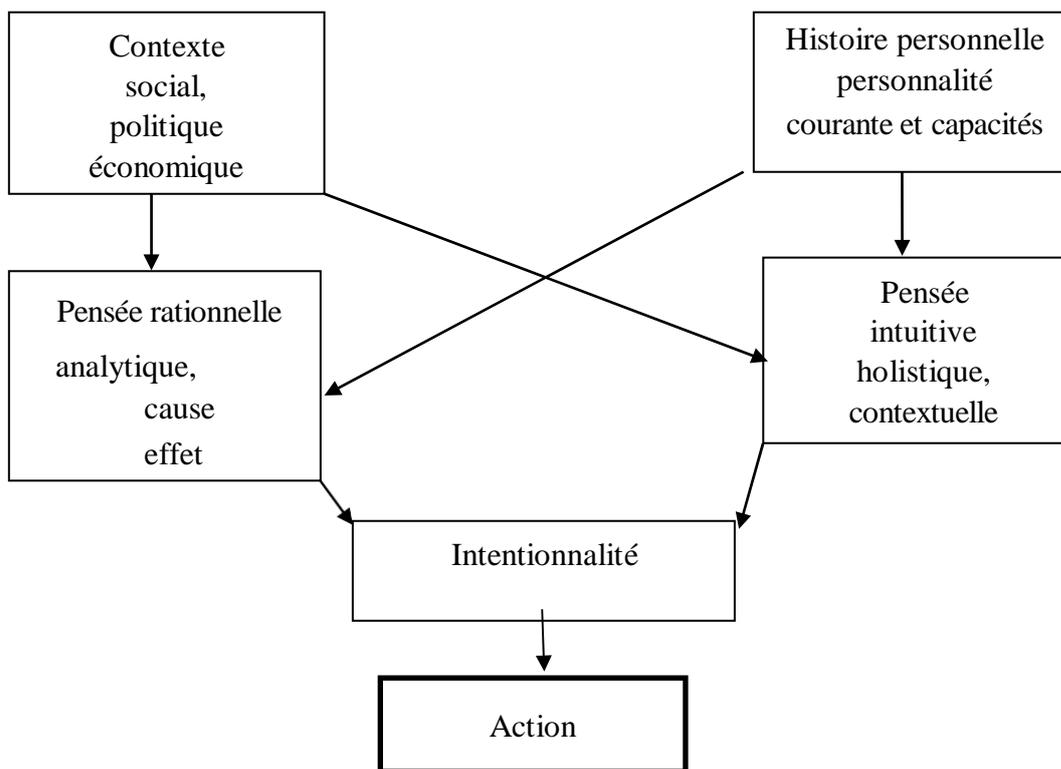
D'après le Petit Robert, l'intention se définit comme le fait de proposer un certain but ou des résultats de l'action envisagée. En effet, les intentions reflètent un état mental orienté vers l'action par la définition d'un but. Elle traduit une véritable motivation à l'action, une tension psychologique orientée vers l'action. De ce fait, l'intention ne peut pas être l'action mais elle 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'action.<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Bourguiba M, op.cit., p29-30.

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 réellement.<sup>45</sup>

L'intention est définie par des caractéristiques évolutives, et qui dépendent de variables contextuelles et de facteurs psychologiques. Par conséquent, les participants à l'action doivent prendre une décision pour réaliser leur intention dans l'action (c'est la création de l'entreprise).

**Figure n°04 :** le contexte de l'intentionnalité vu par Bird (1998)

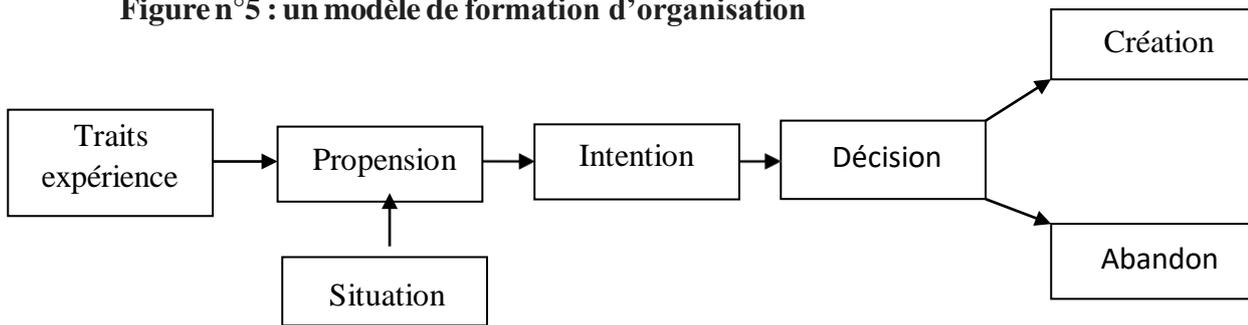


**Source :** Fayolle Alain et Jean-Michel DEGEORGE « dynamique entrepreneuriale » de Boeck, 2012, p105

Toujours dans une perspective de rapprochement, LEARNED (1992) propose un modèle de formation d'organisation qui nous permet de positionner les concepts d'intention et de décision

<sup>45</sup> Hernandez E.M., Marco L. (2006) : « Entrepreneur et décision. De l'intention à l'acte », Editions ESKA, Paris, p9.

Figure n°5 : un modèle de formation d'organisation



Source :(inspiré de Learned, 1992) cité par Alain Fayolle et Jean-Michel Degeorge, (2012), Op.Cit, P106.

### 1.2.2.3 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.

Dans cette phase de création ou l'acte entrepreneurial reflète le démarrage effectif de l'activité au sein de l'entreprise. Cette dernière se manifeste à travers la mise sur le marché des premiers produits ou services destinés aux consommateurs. Le principal objectif de l'entrepreneur en aval de ce processus entrepreneurial est, désormais, de veiller à la pérennisation de son entreprise et dépasser la phase critique du lancement, faute de quoi l'entreprise risque d'échouer.<sup>46</sup>

<sup>46</sup> SALEH.L, op.cit., p70 à 78.

### 1.3. 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, économiques et les expériences précoces dans la famille. Ainsi selon WANG (2010)<sup>47</sup>, ces facteurs sont présentés comme suit

#### 13.1. 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.

#### 13.2. 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.

#### 13.3. 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.

---

<sup>47</sup> WANG.Y, (2010): Op.cit, p26.

### **134 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 création.<sup>48</sup>

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 présentation des modèles de l'intention entrepreneuriale est importante pour la compréhension des attitudes, des comportements et des croyances de l'entrepreneur.

### **Section 2 : Les modèles de l'intention entrepreneuriale**

L'intention entrepreneuriale introduit une explication de comportement de l'individu engagé vers la création d'entreprise ou d'organisation. Le comportement entrepreneurial est expliqué à travers plusieurs modèle théoriques qui servent à justifier l'importance de l'intention dans la compréhension de l'acte d'entreprendre. L'intentionnalité est retenue comme une des composantes centrales du processus entrepreneurial. 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 succéder 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).

---

<sup>48</sup> Idem, p27

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 présentés.<sup>49</sup>

### 2.1.1. 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.

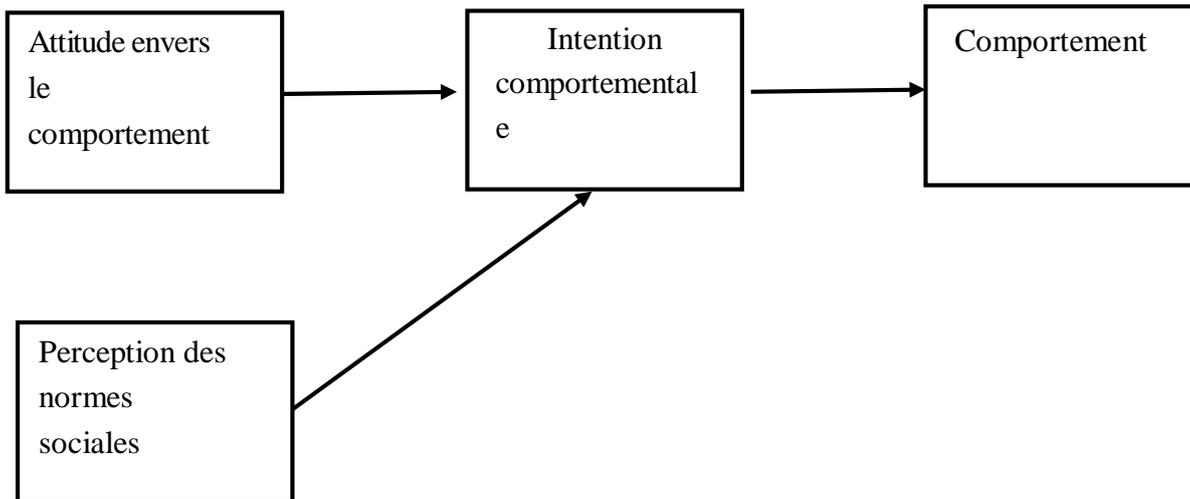
Selon cette théorie, l'attitude d'une personne serait déterminée par son intention comportementale à adopter. Cette intention serait quant à elle déterminée par l'attitude de la personne et par ses normes subjectives relatives au comportement en question. Dans le modèle de l'action raisonnée, les attitudes 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, FISHBEIN et AJZEN 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 représentons dans la figure ci-dessous

---

<sup>49</sup> Wang.Y, op cit, p29.

Figure n° 6 : 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 perçue ». Ceci a donné naissance à la théorie du comportement planifiée (AJZEN, 1991).

### 2.1.2. Le modèle du comportement planifié d'AJZEN (1991)

La théorie du comportement planifié s'inscrit dans la famille des modèles de l'intention, qui a été développée par Ajzen (1991). Elle constitue une extension de la théorie de l'action raisonnée, déjà développée par FISHBEIN et AJZEN (1975), dans laquelle une variable complémentaire a été rajoutée. Selon cette théorie, tout comportement qui nécessite une certaine planification (tel que la création d'une entreprise) peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement.

L'importance de cette théorie réside dans la proposition d'un modèle de référence, utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel puisqu'elle ne repose sur des variables externes comme déterminants immédiats du comportement.

Selon la théorie D'AJZEN (1991), l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels à savoir l'attitude vis-à-vis du comportement, les normes subjectives et contrôle comportement aperçu.

**❖ L'attitude vis-à-vis du comportement (facteurs psychologiques)**

Les attitudes associées au comportement impliquent l'évaluation favorable ou défavorable que fait l'individu du comportement souhaité ou envisagé, elles dépendent des résultats probables de ce dernier et se manifestent par des actions pour le concrétiser.<sup>50</sup>

**❖ Les normes subjectives (facteurs socioculturels)**

Elles font référence à l'ensemble des croyances d'un individu quant à l'opinion des gens qui sont importants pour lui par rapport à ce qu'il voudrait entreprendre, elles correspondent à la perception d'un individu du degré d'approbation du groupe des personnes significatives pour lui (groupe de référence) quant à son adoption d'un comportement déterminé.

Les normes subjectives sont déterminées par les croyances normatives et par la motivation à se comporter conformément à l'opinion.

Les croyances normatives sont le résultat des différentes pressions sociales exercées par le groupe de référence de l'individu (parents, famille, amis, collègues, ...). La motivation à se soumettre, quant à elle, fait référence à la volonté et l'envie de l'individu à se soumettre ou non à la pression exercée par son groupe de référence.<sup>51</sup>

**❖ Contrôle comportemental perçu (facteurs contextuels)**

Correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Il représente le degré de connaissance et de contrôle que tout individu possède de ses aptitudes en plus des ressources nécessaires pour déclencher le comportement désiré, les perceptions du contrôle comportemental se rapprochent du concept de faisabilité de SHAPERO et SOKOL (1982).<sup>52</sup>

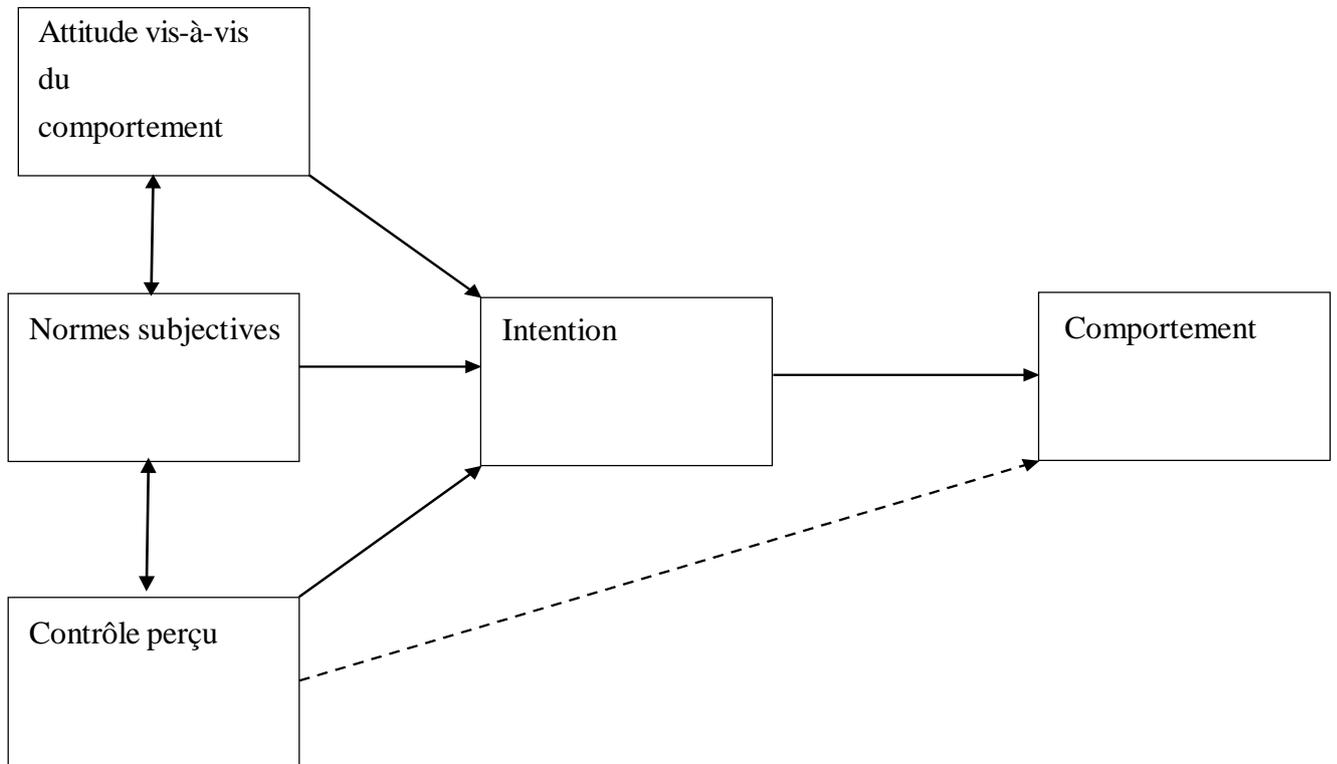
Selon le modèle d'Ajzen, la combinaison des trois composantes (attitude, norme subjective et contrôle comportemental), englobe parfaitement l'intention qui à son tour détermine et prédit le comportement.

---

<sup>50</sup> Tounés A, 2006«L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français », P59.

<sup>51</sup> KOUBAAS, 2016«les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat», P10.

<sup>52</sup> ZINEELABIDINE M, HASSAINATE S, HAMMOUCHI M ,2018« L'intention entrepreneuriale : revue de littérature et thématiques d'analyses», International journal of Business et Economic strategy, vol.9, P5.

**Figure n°7:** le modèle de la 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.

### 2.1.3. La théorie de l'événement entrepreneurial de SHAPERO et SOKOL (1982)

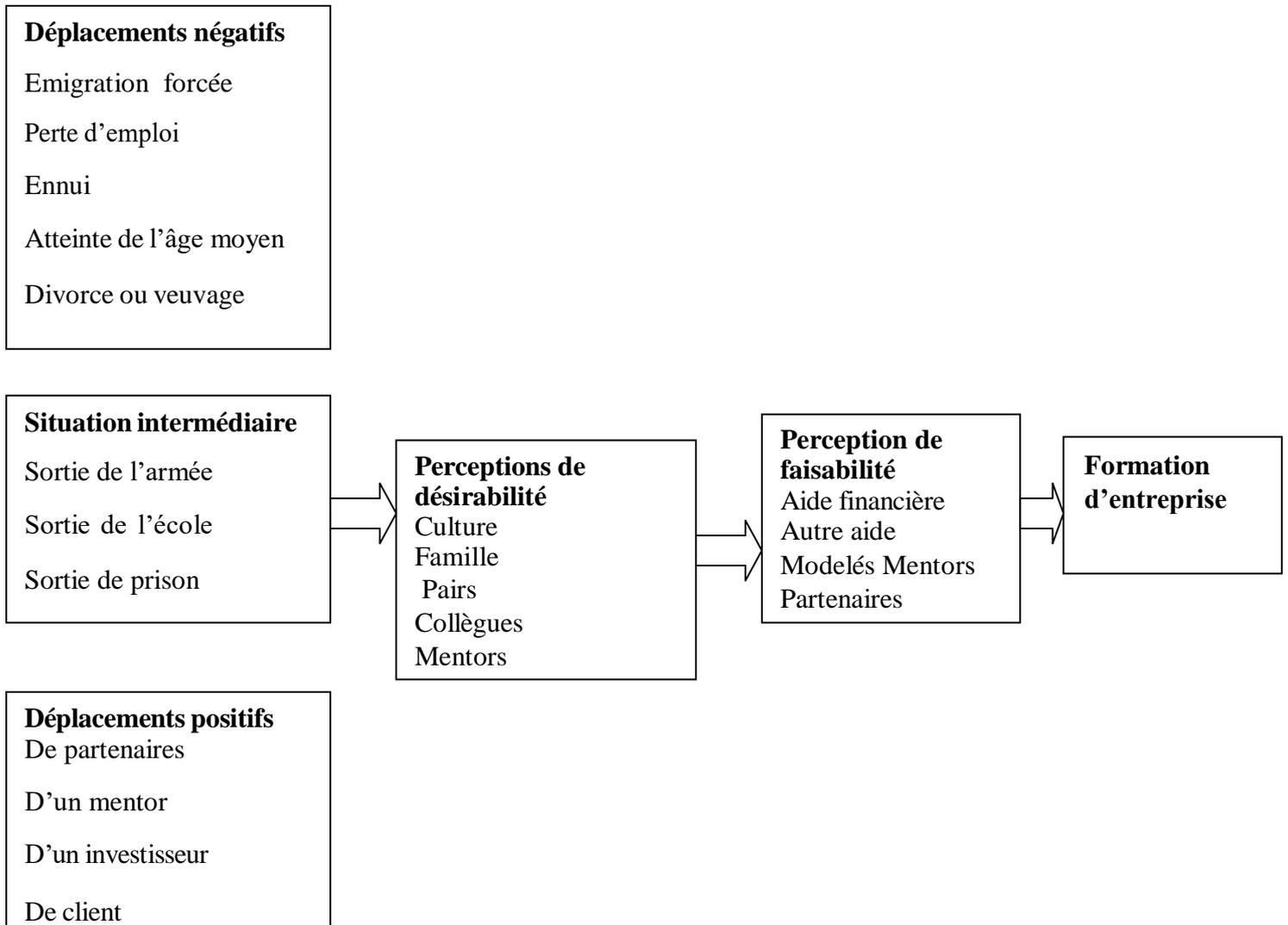
Le modèle de SHAPERO et SOKOL (1982) a pour objectif de décrire la formation de l'évènement entrepreneurial. Selon KRUEGER et AL. (2000), l'intention de créer une entreprise découle des perceptions de désirabilité, de faisabilité et aussi d'une propension à agir lorsque des occasions se présentent. Selon ce modèle, l'individu se décide à entreprendre en prenant en compte trois éléments : sa propre perception de l'attractivité du comportement entrepreneurial, sa propension à agir au regard de ses intentions et enfin, sa perception de la faisabilité du comportement en question : il s'agit là du degré auquel l'individu pense qu'il peut créer une entreprise avec succès.

C'est le modèle pionnier dans ce domaine où il a été largement validé et développé par plusieurs auteurs (KRUEGER et CARSRUD, 1993 ; AUTIO et AL. 1997 ; KRUEGER et AL. 2000 ; TOUNES, 2003, 2006 ; FAYOLLE et AL. 2006 ; KLAPPER et LEGER-JARNIOU, 2006) pour analyser l'intention entrepreneuriale notamment dans le milieu étudiant.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Emin(2004), «Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention» Revue de l'entrepreneuriat-vol3, n°1, p.04

Ce modèle met en exergue l'importance du système social et les valeurs culturelles dans la perception de la désirabilité et de la faisabilité de l'acte d'entreprendre.

**Figure n°8 :** Modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982).



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

Le modèle de SHAPERO reste ouvert à l'influence de variables exogènes qui peuvent jouer un rôle dans l'évolution des perceptions de désirabilité et de faisabilité. Les déplacements sont de trois ordres : négatif, intermédiaire ou positif.

- **Les déplacements négatifs** (negative displacement) : sont les plus fréquents) et sont à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial. Les déplacements négatifs sont généralement imposés par l'environnement externe et échappent au contrôle de l'individu. Ils font référence à des événements perturbant la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel : licenciement, divorce, chômage, échec scolaire, insatisfaction au travail, etc. (Julien, 2016).

- **Les situations intermédiaires** (betweenthings), qui font références aux événements entraînant des changements dans la trajectoire de vie d'une personne. Les situations intermédiaires marquent la fin et la rupture d'une étape de vie de l'individu (obtention du diplôme, départ à la retraite, sortie de l'armée, de prison.) (Julien, 2016).

- **Les déplacements positifs** (positive pull), quant à eux, peuvent résulter de l'influence de la famille, de l'existence d'un marché, de clients ou d'investisseurs potentiels. Ils sont occasionnés par des stimuli positifs à la création d'entreprise comme l'obtention d'un héritage, la découverte d'une opportunité d'affaire, etc. (Julien, 2016)

A 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. (Hernandez, 1999)

- **La perception de la faisabilité** 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 (Hernandez, 1999).

- **La perception de la désirabilité** fait référence à l'attrait perçu pour la création d'entreprise. Elle se construit sur la base du système de valeurs de l'individu qui gouverne ses choix et ses envies. Ce système se construit sur la base de l'influence des croyances, des principes, des peurs et des facteurs culturels et sociaux ; mais également par la présence de modèles entrepreneuriaux dans l'entourage de l'entrepreneur potentiel. Le système de valeur se traduit attitre d'exemple par les valeurs personnelles et professionnelles véhiculées et valorisées Plus spécifiquement, la perception de désirabilité fait référence à l'attrait qui peut revêtir pour un individu le fait de créer son entreprise. Cette dernière est notamment influencée par la présence de modèles dans l'entourage (Julien, 2016).

Pour être un entrepreneur selon SHAPERO et SOKOL (1982), il faut d'abord percevoir l'action de créer comme crédible, ce qui implique que l'entrepreneur devra posséder la désirabilité et la faisabilité.

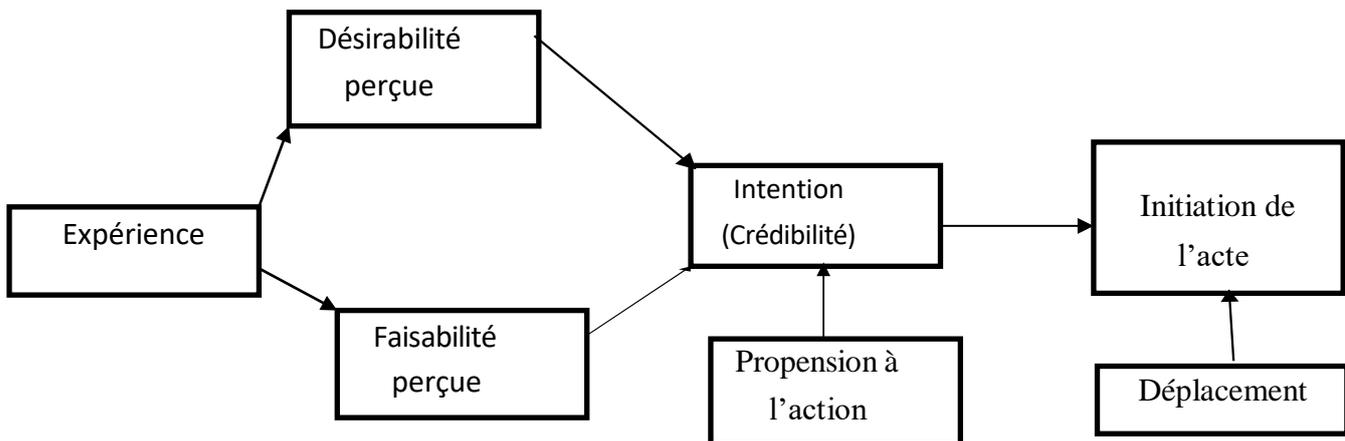
### 2.1.4. Le Modèle de Krueger et Carsrud (1993)

KRUEGER et CARSRUD ont proposé un modèle qui combine en définitive les deux notions afin d'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 selon le système de valeurs des individus, qui se construit par l'influence des facteurs sociaux et culturels, notamment l'influence 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 proposée par AJZEN.

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 (SHAPERO, 1982).

Celle-ci peut être générée par les économies personnelles de l'individu et par les apports de la famille. Elle repose sur la presse spécialisée, l'aide du conjoint ou d'amis proches, les conseils et la formation à la création d'entreprise.

**Figure 9** : Modèle de SHAPERO revisité par KRUGER (1993)

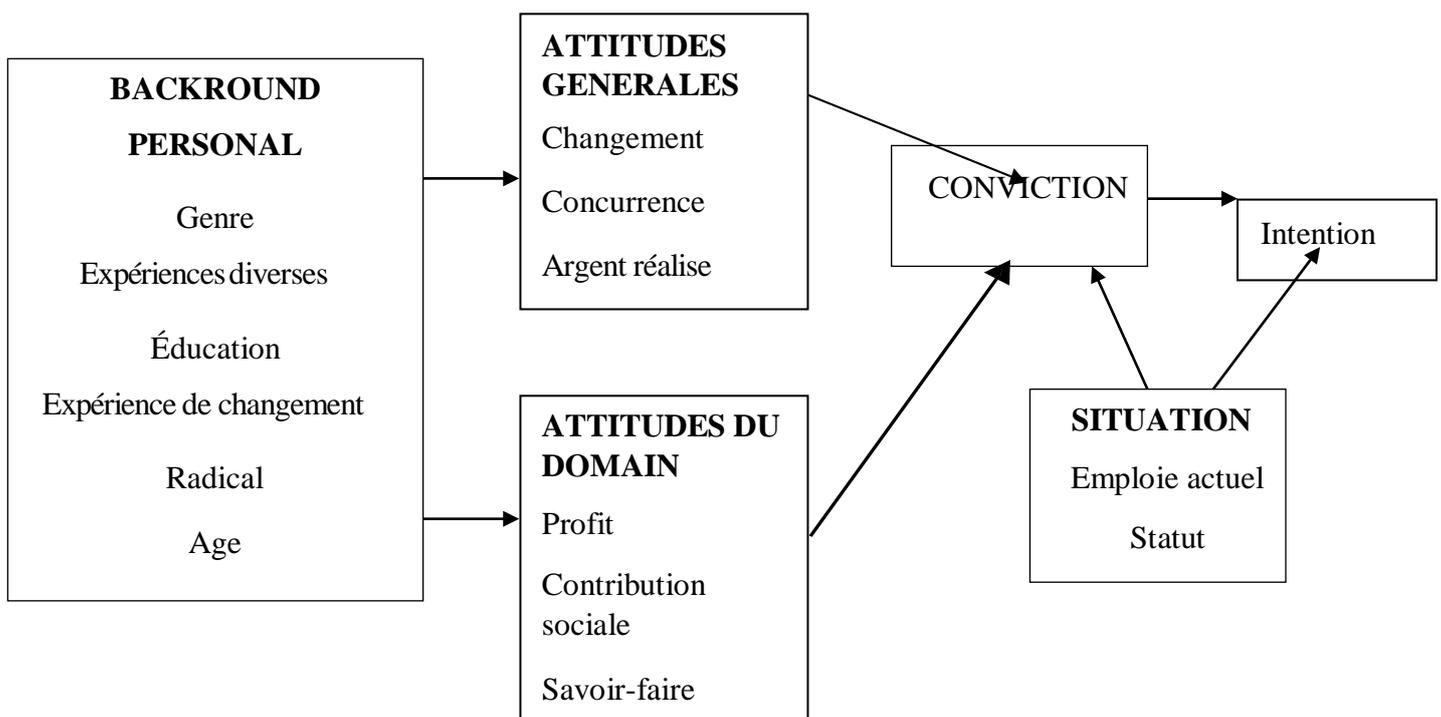


**Source** : Krueger (1993, p.16), cité par BOURGUIBA Malek, op.cit., p52. Le modèle de Davidsson (1995)

DAVIDSSON (1995) proposa un modèle psycho-économique des variables agissant sur les intentions des individus créateurs de nouvelles entreprises. L'auteur combine certaines parties appropriées des modèles précédents, tout en affinant ses analyses vers un ajustement spécifique sur l'étude de l'intention entrepreneuriale. Plutôt que d'introduire de nouvelles variables, le modèle a été conçu de manière à intégrer les apports des approches déjà existantes. Ce choix se justifie par une volonté de tester l'importance relative des variables retenues ainsi que leurs effets (directs-indirects) sur l'intention entrepreneuriale. En même temps, en raison de l'adoption de l'hypothèse intégrant les influences structurelles, culturelles et économiques liées au taux de création d'entreprises, le changement amené par cette représentation, comparé aux modèles précédents, joue un rôle central dans la conviction comme cause déterminante primaire des intentions. En même temps, pour l'auteur, le concept de « conviction » peut être assimilé à la notion d'efficacité personnelle perçue (BOYD et VOZIKIS, 1994 ; BANDURA, 1977 ; KRUEGER, 1994).

La mise en œuvre de ce concept implique, toutefois, la prise en compte non seulement des individus qui manifestent une ferme volonté de gérer leur propre entreprise, mais également de ceux pour qui une telle décision est un choix instrumental (en termes d'amélioration ou de conservation d'un standard économique préféré).

**Figure 10 :** Modèle psycho-économique des déterminants de l'intention entrepreneuriale



**Source :** Davidsson (1994, p.4), cite par BOURGUIBA Malek, op.cit., p61.

## 2.2. Les limitations des modèles d'intention

### 2.2.1 La complexité de l'action – le passage à l'acte

Si l'intention, sous certaines conditions, est un bon antécédent du comportement, il ne faut pas considérer que, dès lors qu'il y a l'intention, il y aura automatiquement comportement. Les exemples cités par Ajzen (1985) correspondent généralement à des comportements contrôlables par des individus et pour lesquels la volonté joue un grand rôle (par exemple, la décision d'arrêter de fumer, des préférences électives à court terme, etc.). Même si nous sommes convaincus de l'intérêt et de l'utilité de la théorie du comportement planifié dans le champ de l'entrepreneuriat, notamment par rapport au rôle qu'elle pourrait jouer dans le déclenchement du processus, nous pensons que le comportement entrepreneurial est plus complexe que les cas précédemment évoqués, donc moins facilement prédictible par l'intention. Plusieurs éléments entrent en jeu pour faire de l'intention un mauvais prédicteur de la création effective d'une entreprise. L'individu qui pensait être capable de faire face aux difficultés de l'action, peut s'être trompé dans l'évaluation de la difficulté de la tâche, des informations et des aides dont il pourrait bénéficier (Ajzen, 1985).

Il pourrait abandonner le projet, ou continuer malgré les difficultés. La force de caractère et la motivation sont donc des prédicateurs importants de l'intensité de la relation entre action et atteinte d'un résultat. L'individu peut aussi se révéler moins compétent que ce qu'il croyait. Les éléments externes et les situations non anticipées sont susceptibles de survenir et de modifier le contrôle réel qu'une personne a de la situation. Ainsi, le manque d'opportunité fait échouer une tentative de création. Ces facteurs ne conduisent souvent qu'à des modifications temporaires des intentions. Si un individu ne réussit pas après des efforts répétés, des modifications plus profondes d'intention risquent de se produire (Ajzen, 1987). L'intention est donc plutôt un prédicteur de la tentative d'atteindre un but, mais pas de l'action réussie (Ajzen, 1985).<sup>54</sup>

### 2.2.2. L'instabilité d'intention – la trajectoire d'intention

Les attitudes, les perceptions et l'intention peuvent évoluer dans le temps (Bird, 1992 ; Bruyat, 1993). Cependant, cette évolution de l'intention est rarement prise en compte lors de l'application des théories des intentions en entrepreneuriat (Shook et al, 2003).

Certains auteurs rappellent que l'intention n'est pas stable dans le temps (Audet, 2004 ; Moreau et Raveleau, 2006). Les travaux de Verzat et al. (2008) et Wang et al. (2008a) contribuent à confirmer cette instabilité de l'intention chez les élèves ingénieurs. Il s'agit d'un processus évolutif qui ne conduit au comportement que si l'intention reste stable dans le temps, ou si elle

<sup>54</sup> Wang.Y, op cit, p36.

s'intensifie dans le temps. Dans les cas contraires, l'intention aura tendance à se dissiper au fur et à mesure des événements et circonstances de la vie et ne conduira pas à la concrétisation du comportement. Sheeran et Abraham (2003) suggèrent ainsi que la stabilité de l'intention soit le principal médiateur de la relation intention comportement, et spécifiquement lorsqu'il s'agit de comportements qui sont difficiles à atteindre et dont la mise en œuvre implique du temps et de l'effort. En effet, plus le temps entre l'observation de l'intention et la réalisation du comportement est grand, plus élevée sera la probabilité que des événements imprévus soient venus perturber l'intention (Ajzen, 2005). Dans ces cas, la stabilité de l'intention devient un réel indicateur de la force de celle-ci et ainsi de son pouvoir prédictif sur le comportement.

L'évolution positive du niveau d'intensité de l'intention peut favoriser la relation entre intention et comportement. Le passage d'une intention faible à une intention forte est révélateur d'une plus grande probabilité de réalisation du comportement. Bagozzi et Yi (1989) suggèrent qu'une intention d'intensité élevée (une intention bien formée) est un médiateur puissant de la relation intention – comportement. Ces auteurs suggèrent que le degré de formation de l'intention est principalement influencé par le degré de réflexion consenti au comportement. Plus un individu n'aura réfléchi aux conséquences d'un comportement intentionnel (avantages et inconvénients), plus son intention aura tendance à s'intensifier vis-à-vis du comportement en question.

Les limitations des modèles d'intention nous conduisent donc à chercher s'il existe d'autres variables qui pourraient améliorer la compréhension des comportements entrepreneuriaux et de leurs liens avec l'intention. Les comportements entrepreneuriaux peuvent être abordés à partir de la notion « d'esprit d'entreprendre » qui est née récemment.<sup>55</sup>

## Conclusion

A l'issue de ce chapitre, nous constatons que l'intention entrepreneuriale occupe une place centrale dans le processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté de l'individu à accomplir l'acte de création et à adopter le comportement entrepreneurial.

D'après les précédents travaux on obtient un concept d'intention autour duquel a été construit un éventail assez vaste de modèles théoriques, 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.

---

<sup>55</sup> Idem

---

# **Chapitre III**

## **Présentation et analyse des résultats de l'enquête**

---

## Introduction

Ce chapitre a pour objet de tenter d'apporter les éléments de réponse à la problématique. 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 inscrits à l'université de Bejaia.

Avant d'en venir aux résultats de cette analyse, nous allons devoir, en premier lieu, présenter le lieu de l'enquête (université de Bejaia) et la démarche méthodologique. Le deuxième point sera réservé à la présentation des 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 et de la méthodologie de recherche

### 1.1 Présentation de l'université de Bejaia

L'université Abderrahmane Mira, créée en octobre 1983, est un établissement public pluridisciplinaire qui compte aujourd'hui près de 41 386 étudiants, 1 722 enseignants-chercheurs et 1 270 personnels techniques et administratifs, répartis sur ses huit facultés : technologie, sciences exactes, droit et sciences juridiques et administratives, sciences de nature et de la vie, lettres et langues, sciences humaines et sociales, sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales et médecine.

L'université de Bejaia a réussi à mettre sur pied des formations de plus en plus en phase avec le monde du travail. Cette démarche lui a permis d'être mieux à l'écoute des besoins de ses partenaires économiques en matière de ressources humaines et de compétences. En quelques chiffres, la carte de l'offre de formation de l'université représente 59 spécialités en licence, 104 spécialités en master et 37 formations en PG.<sup>57</sup>

Elle dispose actuellement de 36 laboratoires et d'une unité de recherche, agréés par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique portant sur plusieurs champs disciplinaires académique et de recherche scientifique : Tout type d'ingénierie en science et technologie, les sciences du vivant en biologie et médecine, les sciences humaines et sociales regroupant les sciences économiques, les langues et le droit.<sup>58</sup>

<sup>57</sup>Guide de l'étudiant, (2020-2021) disponible sur le site internet:<http://www.univ-bejaia.dz/formation/vice-rectorat/guides-de-l-etudiant> consulté le 03/07/2021

<sup>58</sup> Idem

Avec plus de nombreux projets de recherche nationaux et internationaux, la production scientifique est en croissance continue avec plus de 600 publications en moyenne durant les 03 dernières années, figurant dans la base de données SCOPUS, dont près de 450 dans le web of science.

En plus de ses 36 laboratoires de recherches, l'université de Bejaïa a entrepris un travail de structuration important pour que la recherche puisse s'inscrire dans la dynamique nationale et internationale et constituer ainsi un environnement favorable à son essor et à son rayonnement. En effet, elle a inscrit plusieurs projets de développement de structures voué à la recherche (finalisé ou en cours) en particulier : Un centre d'innovation et de transfert de technologie/incubateur, un centre national de recherche en technologie agroalimentaire, un centre de recherche en langue et culture amazighs, etc.

Largement ouverte sur son entourage socioéconomique, l'université de Bejaia n'a cessé d'œuvrer pour encourager le développement durable et être en harmonie avec les défis de la mondialisation. Le rapprochement entre l'université et le secteur économique local et national est désormais une réalité, un challenge, une stratégie de l'université de Bejaia pour la mise en œuvre de projets en recherche et formation en phase avec les réalités du monde productif. Ainsi, plus de 75 accords-cadres de coopération en cours ont été signés avec des entreprises et structures d'envergure régionale et nationale. Afin d'accompagner les diplômés de l'université, plusieurs structures ont été créés : le club de recherche de l'emploi, le centre de carrière, la maison de l'entrepreneuriat et l'organisation annuel du Salon de l'Emploi est organisé au sein de l'université.

Sa volonté d'ouverture vers le monde s'est traduite aujourd'hui par la signature de plus d'une centaine de conventions cadres de coopération (106) avec des établissements universitaires de plusieurs pays (france, italie, russie, espagne, roumanie, canada, ukraine, tunisie, maroc, turquie, etc.). Ces accords ont été conçus pour faciliter les échanges académiques et scientifiques, la mobilité des enseignants chercheurs, étudiants et personnel universitaire. Ainsi, l'université vise à construire des passerelles d'échanges d'expériences et de compétences mais aussi l'amélioration des méthodes pédagogiques, booster la recherche scientifique et ériger un réseau de coopération solide et durable. Grâce à ce réseau riche et diversifié, l'université a participé à plusieurs programmes internationaux en tant que partenaire dans plusieurs consortiums : Erasmus+, les programmes d'échange " MEVLANA " et précédemment Erasmus. L'université a également de nombreux projets de recherche bilatéraux et multilatéraux. Dans ce contexte, plusieurs mobilités et activités de recherche ont

été réalisées avec différents EES (établissement d'enseignement supérieur) de plusieurs pays européens. Sur le volet renforcement des capacités institutionnelles, un grand nombre de structures ont été créées : Cellule d'assurance qualité, cellule de communication, bureau de liaison université entreprise (BLEU), cellule d'appui, de sensibilisation, d'accompagnement et de médiation (CASAM), bureau de transfert technologique et d'innovation ...etc. Plusieurs projets de recherche bilatéraux ont été également agréés, notamment avec la France «CMEP/Tassili, PHC Maghreb et CNRS/DEF», l'Espagne (PCIM), la Belgique, l'Italie, l'Afrique du Sud, le Canada et la Tunisie.

## **1.2 Présentation de la démarche méthodologie de l'enquête**

Dans cette sous-section, nous allons expliquer notre conception de l'enquête de son déroulement, la structure et le contenu de questionnaire l'échantillon étudié ainsi que les difficultés rencontrées lors de la collecte et de l'analyse des données.

### **1.2.1 Déroulement de l'enquête**

Le travail de terrain s'est déroulé au niveau de l'université (campus ABOUDAOU, et TARGA), nous avons commencé notre enquête la fin de mois de juin et nous avons distribué les questionnaires dans les classes et les amphis avec l'aide des enseignants, et nous les avons récupérés à la fin de la journée.

### **1.2.2. Analyse de contenu de questionnaire**

Sur la base de la partie théorique et l'application des modèles de l'intention entrepreneuriale de Shapero et Ajzen dans une population de jeunes étudiants inscrit à l'université de Bejaia (licence, M1 et M2) et afin d'atteindre nos objectifs nous avons élaboré un questionnaire de 24 questions, divisé en trois axes :

- Renseignement sur l'étudiant et sa formation universitaire
- La désirabilité entrepreneuriale
- La faisabilité entrepreneuriale

### **1.2.3 L'échantillon**

Notre échantillon est composé des étudiants de L3, M1, M2 inscrit a l'université de Bejaia, la collection des données a été réalisée, en distribuant un questionnaire, comportant des interrogations relatives à notre thème de recherche, le traitement statistique des données obtenues a été réalisé à l'aide du logiciel SPSS.

➤ **La taille de l'échantillon**

Notre échantillon se compose de 90 étudiants sur une population de 100 individus. Nous avons pu récupérer 95 questionnaires sur les 100 étudiants contactés. Parmi ces derniers juste 90 questionnaires sont exploitables qui représente un taux de 90 %.

**Tableau N°4 : La taille de l'échantillon de l'enquête**

	Nombre d'étudiants dans l'échantillonnage	Taux %
Distribués	<b>100</b>	<b>100%</b>
Récupérés	<b>95</b>	<b>95%</b>
Non récupérés	<b>05</b>	<b>5%</b>
Exploitable	<b>90</b>	<b>90%</b>
Non exploitable	<b>10</b>	<b>10%</b>
Total	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Source :** réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

➤ **Les restrictions apportées à notre échantillon**

- Le refus de certains étudiants de répondre aux questionnaires
- La non-conformité de quelques questionnaires

**Section 2 : Analyse du contenu du questionnaire**

Dans cette section nous allons essayer de présenter les résultats de notre enquête. 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 Renseignement sur l'étudiant et sa formation universitaire**

**2.1.1. La répartition des étudiants selon le sexe**

<b>Tableau N°5 : La répartition des étudiants selon le sexe</b>				<b>Figure N°11 : La répartition des étudiants selon le sexe</b>	
		Fréquence	Pourcentage		
	Féminin	47	52,2		
	Masculin	43	47,8		
	Total	90	100,0		

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après notre échantillon, nous pouvons constater que (52,22%) des étudiants interpellés sont de sexe féminin, à l'encontre de (47,78%) qui sont de sexe masculin.

Ces pourcentages nous affirment que l'effectif de sexe féminin est supérieur à celui de sexe masculin, cela s'explique d'une part par le choix de notre échantillon qui est aléatoire simple, c'est-à-dire l'accès aux enquêtés était aléatoirement simple.

**2.1.2. Répartition selon catégorie d'âge**

<b>Tableau N°6 : Répartition selon catégorie d'âge</b>				<b>Figure N°12 : Répartition selon catégorie d'âge</b>	
		Fréquence	Pourcentage	<p><b>Catégorie d'âge</b></p> <p><b>Pourcentage</b></p> <p>60 40 20 0</p> <p>20-24ans 25-29ans 30ans et plus</p> <p><b>Catégorie d'âge</b></p>	
Valide	20-24ans	55	61,1		
	25-29ans	32	35,6		
	30ans et plus	3	3,3		
	Total	90	100,0		

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

L'analyse de l'intention entrepreneuriale en fonction de l'âge, dans le cas d'un échantillon composé d'étudiants peut paraître aberrante, puisqu'il s'agit globalement d'une population jeune, sans aucune différence d'âge assez importante.

Néanmoins, les résultats que nous avons obtenus méritent d'être analysés. Comme le montre la figure en haut, même sur une population homogène, nous constatons que la part des enquêtés ayant déclaré avoir une intention de créer une entreprise est de (61,1%) pour les moins de 25 ans, de (35,6%) pour ceux qui sont âgés entre 25 et 29 ans et de (3,3%) pour les plus de 30ans.

**2.1.3. Répartition selon la situation matrimoniale**

<b>Tableaux N°7 : Répartition selon la situation matrimoniale</b>				<b>Figure N°13 : Répartition selon la situation matrimoniale</b>
		Fréquence	Pourcentage	<p><b>voTRE situation matrimoniale</b></p> <p>■ Célibataire ■ Marié (e)</p>
Valide	Célibataire	81	90,0	
	Marié (e)	9	10,0	
	Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après la figure en haut, nous constatons que la majorité des étudiants ayant répondu à cette question sont des célibataires avec un pourcentage (90%), alors que (10%) sont des étudiants mariés.

**2.1.4. Répartition selon le niveau d'étude**

<b>Tableau N°8 : Répartition selon le niveau d'étude</b>			<b>Figure N°14 : Répartition selon le niveau d'étude</b>
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>Niveau d'étude</b></p> <p>Y-axis: Pourcentage (0 to 40) X-axis: Niveau d'étude (Licence, Master 1, Master 2, DEUA, Ingénieur)</p>
Licence	27	30,0	
Master 1	25	27,8	
Master 2	35	38,9	
DEUA	1	1,1	
Ingénieur	2	2,2	
Total	90	100,0	<b>Source :</b> établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Conformément aux résultats en haut, nous remarquons que la plus part des répondants sont en M2 avec un taux de (38.9%), suivi d'un taux de 30% pour les étudiants en licence et (27,8%) pour les M1. en fin un taux très bas (2,2%) et (1,1%) respectivement pour les 2 derniers niveaux; ingénieur et DEUA. Nous constatons que l'intention entrepreneuriale est très importante chez les étudiants de Master 2 vu qu'ils vont terminer leurs études et passer à la vie professionnelle.

**2.1.5. Répartition selon la spécialité d'étude**

<b>Tableaux N°9 : Répartition selon la spécialité d'étude</b>			<b>Figure N°15 : Répartition selon la spécialité d'étude</b>
	Fréquence	Pourcentage	
Management	5	5,6	
GRH	2	2,2	
Entrepreneuriat	12	13,3	
Biologie	10	11,1	
ST	30	33,3	
MI	5	5,6	
Autres	26	28,9	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après le tableau en haut nous avons remarqué que l'intention entrepreneuriale est dans la première position dans la spécialité science technologique avec un taux de (33,3%), , tandis que la spécialité entrepreneuriat vient en deuxième position avec un taux de (13,3%) puis la spécialité biologie avec un taux de( 11,1%),et ensuite (5,6 %) pour les spécialités MI et management. En fin un taux très bas (2,2%) pour la dernière spécialité GRH. Après d'autre spécialité (il y a plus de 12 autres spécialité) que nous n'avons pas pu toutes mentionner avec un taux de (28,9%)

**2.1.6. L'intention entrepreneuriale des étudiants :**

<b>Tableaux N°10 : L'intention entrepreneuriale des étudiants</b>			<b>Figure N°16 :L'intention entrepreneuriale des étudiants</b>	
		Fréquence	Pourcentage	
Valide	Oui	81	90,0	
	Non	9	10,0	
	Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après la figure en haut, nous constatons que la majorité des étudiants ont répondu avec un oui exprimant leur intention de créer leurs entreprises avec un pourcentage de (90%), alors que les (10%) restant sont les étudiants qui ont répondu avec un non et qui n'ont pas une intention de créer une entreprise.

**2.1.6.1 Si oui, sous quelle forme ?**

<b>Tableaux N°11 : si oui sous quelle forme</b>			<b>Figure N°17:si oui sous quelle forme</b>
	Fréquence	Pourcentage	
Créer une nouvelle entreprise	67	82,7	
Reprendre une entreprise familiale	7	8,6	
Exercer une profession libérale	7	8,6	
Total	81	100	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Selon les résultats de l'enquête, la majorité des étudiants veulent créer une nouvelle entreprise représente un taux de (82,7%) des enquêtés, suivi de même pourcentage pour les deux autres propositions avec (8,6%) des répondants veulent exercer une profession libérale et reprendre une entreprise familiale.

**2.1.7. Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale**

<b>Tableaux N°12 : Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale</b>			<b>Figure N°18 : Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale</b>
	Fréquence	Pourcentage	
Très faible	7	7,8	
Faible	4	4,4	
Moyenne	35	38,9	
Forte	24	26,7	
Très forte	20	22,2	
Total	90	100	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Dans ce tableau, nous remarquons que la plupart des étudiants ont déclaré qu'ils ont une intention d'entreprendre forte et très forte avec respectivement de (26,7%) et (22,2%). Une autre part qui n'est pas négligeable soit 38,9% des répondants estime avoir une intention moyenne.

Et (7,8%) des répondants ont une intention très faible enfin ceux qui ont une intention faible sont de (4,4%).

**2.1.8. Le délai de concrétisation de création :**

La grande partie des étudiants enquêtés ont déclaré qu'ils veulent créer leur propre projet juste après l'obtention de diplôme, représentée avec un pourcentage très élevé de (58,9%) de l'échantillon, et cela pour échapper au chômage et mettre en valeur leurs connaissances et compétences., et (33,3%) longtemps après l'obtention du diplôme et pour le but de rassembler les ressources financières nécessaires afin qu'il puisse démarrer leurs projet en dernier lieu (7,8%) pendant les études.

<b>Tableaux N°13 : Le délai de concrétisation de création</b>			<b>Figure N°19 : Le délai de concrétisation de création</b>
	Fréquence	Pourcentage valide	<p><b>A quel moment comptez-vous concrétisez votre intention</b></p> <p><b>Pourcentage</b></p> <p>0 10 20 30 40 50 60</p> <p>Pendant les études: 7,78%</p> <p>Juste après l'obtention: 58,89%</p> <p>Longtemps après l'obtention: 33,33%</p>
Pendant les études	7	7,8	
Juste après l'obtention de diplôme	53	58,9	
Longtemps après l'obtention du diplôme	30	33,3	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

**2.1.9. Le secteur d'activité**

Tableaux N°14 : Le secteur d'activité			Figure N°20 : Le secteur d'activité
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>Dans quel secteur d'activité avez-vous l'intention d'entreprendre</b></p> <p>■ Industrie ■ Agricultur ■ Service</p>
Industrie	49	54,4	
Agriculture	8	8,9	
Service	33	36,7	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après le tableau, nous constatons que concernant le domaine d'activité préféré, les étudiants semblent s'intéresser aux activités industrielles avec un taux de (54,4%).

Les activités relevant du secteur des services soit (36,7%) sont peu attractives pour les étudiants, contrairement à la tendance concrète au niveau national selon laquelle les services dominant largement et un taux de (8,9%) dans le secteur d'agriculture qui est le taux le plus faible. Les choix se portant sur le domaine de l'industrie sont sans doute liés aux différents dispositifs d'aide pouvant les aider à réunir les moyens financiers nécessaires au démarrage de leurs entreprises.

**2.1.10. Le choix d'implantation :**

Tableaux N°15 : Le choix d'implantation			Figure N°21 : Le choix d'implantation
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>Le choix d'implantation de votre projet</b></p> <p>■ Wilaya de Bejaia ■ Hors Wilaya</p>
Wilaya de Bejaia	56	62,2	
Hors Wilaya	34	37,8	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

(62,2%) des étudiants enquêtés préfèrent de s’implanter dans leur wilaya de résidence cela indique la volonté des étudiants de contribuer au développement de leur région de résidence. Le reste soit (37,7%) préfèrent de se localiser hors wilaya.

**2.2 La désirabilité entrepreneuriale :**

La désirabilité désigne les facteurs sociaux et culturels qui influencent le système de valeur de l’individu.

**2.2.1. Perception quant au statut d’entrepreneur :**

<b>Tableaux N°16 : Perception quant au statut d’entrepreneur</b>				<b>Figure N°22 : Perception quant au statut d’entrepreneur</b>
		Fréquence	Pourcentage	<p><b>Quelle est votre perception quant au statut d’entrepreneur</b></p>
	Favorable	72	80,0	
	Défavorable	18	20,0	
	Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l’aide de logiciel SPSS

Les résultats de notre enquête montrent que la plupart des étudiants enquêtés ont une perception positive (favorable de 80%) du statut de l’entrepreneur. Par contre (20%) ont une mauvaise perception du statut d'entrepreneur.

2.2.2. Les motivations qui influencent l'intention chez les étudiants :

Tableaux N°17 : Les motivations qui influencent l'intention chez les étudiants			Figure N°23 : Les motivations qui influencent l'intention chez les étudiants
	Fréquence	Pourcentage	
Echapper au chômage en créant mon propre emploi	11	12,2	
Gagner de l'argent	21	23,3	
Etre autonome (être mon propre chef)	23	25,6	
Réaliser un rêve	27	30,0	
Imiter mes parents	8	8,9	
Total	90	100,0	

Source : établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Les étudiants ont un fort potentiel pour réaliser leurs rêves avec un pourcentage de (30%), et pour (25,6%) être autonome, et (23,3%) pour gagner plus d'argent. chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, c'est d'assurer et d'améliorer leurs avenir et leurs situations financières. Taux faible pour échapper au chômage et imiter mes parents avec un taux (12,2%) et (8,9%) respectivement.

2.2.3. Les facteurs qui ont influencé le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants :

Tableaux N°18 : Les facteurs qui ont influencé le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants			Figure N°24 : Les facteurs qui ont influencé le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants
	Fréquence	Pourcentage	
L'environnement social favorable	11	8,2	
La culture nationale et les soutiens du gouvernement	8	6,0	
Manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes	53	39,6	
La formation universitaire	25	18,7	
Encourager les individus à chercher des carrières	32	23,9	
Autres	5	3,7	
Total	134	100,0	

Source : établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après le graphe, nous remarquons que presque (40 %) des étudiants ont déclaré que le manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes est le facteur qui influence le plus leur intention, ensuite encouragement des individus à chercher des carrières est le deuxième facteur avec un taux de (23,9%) et les autres facteurs ont un taux faible avec respectivement (8,2%) pour l'environnement social favorable et(6%) pour la culture nationale et les soutiens du gouvernement ,(3,7%) pour les autres facteurs.

Nous constatons d'après ces résultats qu'il existe deux facteurs essentiels qui influence l'intention entrepreneuriale des étudiants, le premier facteur c'est le manque d'emploi, l'étudiant après l'obtention de son diplôme cherche à occuper un emploi qui lui convient donc le manque de ce dernier le motive à créer son propre emploi .et le deuxième c'est de motiver et encourager les individus à chercher un travail afin d'éviter le chômage et répondre à ses besoins.

**2.2.4. Perception de la réussite et de l'échec d'entreprise**

**2.2.4.1. La réussite entrepreneuriale :**

<b>Tableaux N°19 : La réussite entrepreneuriale</b>			<b>Figure N°25 : La réussite entrepreneuriale</b>
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>La réussite entrepreneuriale est une réussite</b></p> <p> <span style="color:blue">■</span> Familiale  <span style="color:green">■</span> Sociale  <span style="color:yellow">■</span> Personnelle  <span style="color:purple">■</span> Professionnelle                 </p>
Familiale	17	15,5	
Sociale	19	17,3	
Personnelle	44	40,0	
Professionnelle	30	27,3	
Total	110	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

À partir des données de tableau, nous constatons que la réussite entrepreneuriale pour les étudiants est d'abord une réussite personnelle avec un pourcentage de (40%), pour d'autres (27,3%) est une réussite professionnelle, un taux de (17,3%) ont déclaré que c'est une réussite familiale et en dernier lieu(15,5%) c'est une réussite sociale.

**2.2.4.2. L'échec de la création l'entreprise :**

<b>Tableaux N°20 :L'échec de la création l'entreprise</b>			<b>Figure N°26 : L'échec de la création l'entreprise</b>
	Fréquence	Pourcentage	<b>L'échec éventuel de votre entreprise serait un échec</b> 
Financier	51	49,0	
Social	10	9,6	
Personnel	20	19,2	
Professionnel	23	22,1	
Total	104	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

L'échec financier a été retenu par (49%) des étudiants questionnés, et l'échec professionnel avec un taux de (22.1%) et à la fin l'échec personnelle avec un taux de (19,2%) et l'échec social avec un taux très bas de (9,6%).

**2.2.5. La réaction de la famille pour la création d'entreprise**

<b>Tableaux N°21 : La réaction de la famille pour la création d'entreprise</b>			<b>Figure N°27 : La réaction de la famille pour la création d'entreprise</b>
	Fréquence	Pourcentage	<b>la réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise</b> 
Encourageante	88	97,8	
Décourageante	2	2,2	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après les résultats dans le tableau nous avons déduit que la famille encourage leurs enfants lorsqu'ils décident de créer une entreprise avec un pourcentage de (97,8%).

Afin de créer une rente et générer une richesse et aussi pour la réussite personnelle et familiale du créateur en plus pour faire face au chômage.

**2.2.6. Opinion de quelques affirmations**

**Tableaux N°22 : opinion de quelques affirmations**

		Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Total
L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive	Effectif	00	02	08	25	55	90
	%	00	2.23	8.89	27.78	61.1	100
Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement.	Effectif	02	02	20	48	18	90
	%	2.23	2.23	22.21	53.33	20	100
Le besoin d'accomplissement constitue un stimulant pour l'intention entrepreneuriale.	Effectif	01	05	36	31	17	90
	%	1.1	5.56	40	34.45	18.89	100
La recherche de l'autonomie influence le désir de l'étudiant de créer son propre entreprise.	Effectif	04	06	11	26	43	90
	%	4.44	6.67	12.22	28.89	47.78	100
La prise de risque est à la base de la formation de l'intention entrepreneuriale.	Effectif	02	08	21	31	28	90
	%	2.22	8.89	23.34	34.45	31.1	100
L'existence de modèles d'entrepreneurs agit sur les étudiants quant à l'intention d'entreprendre.	Effectif	03	08	32	34	13	90
	%	3.34	8.89	35.55	37.78	14.44	100

**Source :** établi à partir des données de l'enquête de terrain 2021

D'après nos résultats nous remarquons que la majorité des étudiants interrogés sont intéressés par l'idée de mener leur propre projet et que celle-ci est attractive. La plupart d'entre eux soit 73.33% ont affirmé qu'ils sont capables de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement.

Un peu plus de la moitié des étudiants soit 53% ont déclaré que le besoin d'accomplissement constitue un stimulant pour l'intention entrepreneuriale. (47.78 %) des étudiants sont tout à fait d'accord que la recherche de l'autonomie influence le désir de l'étudiant de créer son propre entreprise. 59 étudiants sur 90 ont annoncé que prise de risque est à la base de la formation de l'intention entrepreneuriale.

Et en dernier, il y a juste une petite minorité d'étudiants qui ne sont pas d'accord avec l'idée de l'existence de modèles d'entrepreneurs qui influence l'intention d'entreprendre des étudiants par contre un peu plus de la moitié disent que la faite d'avoir un entrepreneur dans la famille ou bien dans l'entourage influence positivement l'intention entrepreneuriale.

**2.3. La faisabilité entrepreneuriale**

La faisabilité fait référence au degré avec lequel un individu estime pouvoir mener à bien la création d'entreprise.

**2.3.1. Capacité entrepreneuriale :**

Tableaux N°23 : Capacité entrepreneuriale			Figure N°28 : Capacité entrepreneuriale
	Fréquence	Pourcentage	
Oui	84	93,3	
Non	6	6,7	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

La figure montre clairement que la plupart des étudiants interrogés, soit (93,3 %), s'estiment capables de créer leur entreprise, alors que (6,7 %) se jugent incapables.

Ce résultat montre une relative confiance des étudiants en leurs capacités et compétences entrepreneuriales.

**2.3.2. Influence de l'entourage**

**2.3.2.1 l'existence des entrepreneurs dans l'entourage des étudiants :**

<b>Tableaux N°24 : Influence de l'entourage</b>			<b>Figure N°29 : Influence de l'entourage</b>
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>Existe-il des entrepreneurs dans votre entourage que vous souhaitez imiter</b></p> <p>■ Oui ■ Non</p>
Oui	50	55,6	
Non	40	44,4	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Un peu plus de la moitié des étudiants soit (55,6%) des étudiants enquêtés, ont déclaré qu'il existe des entrepreneurs dans leur entourage familial qu'ils considèrent comme étant des modèles à imiter de faite qu'ils ont réussi dans leur vie professionnelle et (44,4%) des étudiants ont déclaré qu'il n'existe pas des entrepreneurs dans leur entourage.

**2.3.2.2. Les membres de la famille dans les affaires :**

<b>Tableaux N°25 : Les membres de la famille dans les affaires</b>			<b>Figure N°30 : Les membres de la famille dans les affaires</b>
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>si oui, laquelle</b></p> <p>■ Père ■ Mère ■ Frères ■ Soeurs ■ Amis ■ voisins</p>
Père	9	14,5	
Mère	4	6,5	
Frères	10	16,1	
Sœurs	1	1,6	
Amis	21	33,9	
voisins	17	27,4	
Total	62	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Sur les 50 étudiants qui ont annoncé d'avoir des membres de la famille dans les affaires, (33,9 %) d'entre eux ont des amis entrepreneurs, (27,4 %) des enquêtés ont affirmé d'avoir

des voisins entrepreneurs, (21 %) des répondants ont déclaré d'avoir des parents entrepreneurs dont la majorité sont des pères, (17,7 %) des enquêtés ont révélé d'avoir des frères et des sœurs entrepreneurs.

**2.3.3. Impact de formation sur l'intention de création d'une entreprise :**

Tableaux N°26 : Impact de formation sur l'intention de création d'une entreprise			Figure N°31 : Impact de formation sur l'intention de création d'une entreprise
	Fréquence	Pourcentage	
Très faible	5	5,6	<p><b>l'impact de la formation suivie sur votre intention de créer une entreprise</b></p>
Faible	6	6,7	
Moyenne	43	47,8	
Forte	23	25,6	
Très forte	13	14,4	
Total	90	100,0	

Source : établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

A partir de la figure ci-dessus, nous remarquons que l'influence de la formation sur l'intention de la création d'une entreprise a un impact moyen pour une part de (47,8%) d'étudiants, un impact fort pour (25%) d'étudiants enquêtés et un impact très fort pour le reste de notre échantillon qui représente (14,4%).

**2.3.4. Les sources de financement :**

Le financement est l'une des conditions clé de la réussite d'un projet ou d'un investissement.

Tableaux N°27 : Les sources de financement			Figure N°32 : Les sources de financement
	Fréquence	Pourcentage	
Epargnes personnels	25	17,1	<p><b>En cas de création d'entreprise, vos moyens de financement principaux seront</b></p>
Epargnes familiales	22	15,1	
Prêt d'ami(e)	2	1,4	
Prêt de la parenté	13	8,9	
Prêt bancaire	61	41,8	
Dispositif d'aide à la création	23	15,8	
Total	146	100,0	

Source : établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après le tableau, pour créer une entreprise, nous aurons besoin de moyens de financement et à travers les résultats de notre enquête nous observons que pour (41,8%) étudiants, le prêt bancaire constitue le moyen le plus couramment utilisé pour le financement de nouveaux projets. Tandis que (17,1%) et (15,1%), d'entre eux utilisent leurs propres épargnes, sa soit personnels ou bien épargnes familiales, d'autre part (15,8%) des enquêtés préfèrent recourir aux dispositif d'aide à la création, Nous avons également observé que d'autres préfèrent prêter ces moyens de son entourage soit 10,3 % dont une grande partie (8,9%) recoure à leurs parents et le reste demande l'aide auprès de leurs amis.

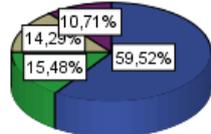
**2.3.5. Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliter ont-ils la concrétisation du votre projet de la création :**

<b>Tableaux N°28 :</b> Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliter ont-ils la concrétisation du votre projet de la création		<b>Figure N°33 :</b> Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliter ont-ils la concrétisation du votre projet de la création	
	Fréquence	Pourcentage	<p align="center"><b>les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création</b></p>
Oui	68	75,6	
Non	22	24,4	
Total	90	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

A partir des résultats de tableau nous constatons qu'un taux élevé des répondants affirme que les dispositifs d'aide faciliteront la concrétisation de leur projet de création avec un taux de (75,6%). Alors que le reste (24,4%) voient le contraire et ne préfèrent pas faire appel à ces dispositifs. Car pour eux ces derniers ne facilitent pas la création vu les procédures administratives qui sont longues et lentes.

**2.3.5.1. Les attentes des étudiants de ces dispositifs :**

<b>Tableaux N°29 : Les attentes des étudiants de ces dispositifs</b>			<b>Figure N°34: Les attentes des étudiants de ces dispositifs</b>
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>Si oui, quelles sont vos attentes concernant ces dispositifs</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Financement</li> <li>■ Accompagnement</li> <li>■ Formation</li> <li>■ Conseil</li> </ul>
Financement	50	59,5	
Accompagnement	13	15,5	
Formation	12	14,3	
Conseil	9	10,7	
Total	84	100,0	

**Source :** établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

Le tableau, nous permettent de dire qu'un nombre important des étudiants leurs attentes des dispositifs d'aide à la création d'entreprise, en premier lieu le financement avec un taux de (59,5%), puis accompagnement et formation avec respectivement un taux de (15,5 % et 14,3%), Par contre une part de 10,7 % attend de ces dispositifs des conseils et des orientations afin de mener à bien leurs projets. Ces résultats montrent que les étudiants de notre échantillon ayant l'intention de créer des entreprises mais ils ont un manque de financement et ils souhaitent l'avoir à travers ces organismes.

**2.3.6. Opinion de quelques affirmations**

**Tableaux N°30 : Opinion de quelques affirmations**

		Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Total
La formation acquise, durant les cours de la création d'entreprise dispensés à l'université, influence les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneuriale	<b>Effectif</b>	10	06	18	34	22	90
	<b>%</b>	11,1	6,67	20	37,78	24,45	100

Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les Expériences de travail et de stages influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial	<b>Effectif</b>	00	10	16	43	21	90
	<b>%</b>	00	11,1	17,78	47,78	23,34	100
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les activités associatives influencent-les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial	<b>Effectif</b>	02	11	21	42	14	90
	<b>%</b>	2,22	12,22	23,33	46,67	15,56	100
La disponibilité des ressources (financières, information et conseils) influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial.	<b>Effectif</b>	01	02	22	20	45	90
	<b>%</b>	1,11	2,22	24,45	22,22	50	100

**Source :** établi à partir des données de l'enquête de terrain 2021

D'après ce tableau la majorité des étudiants sont plutôt d'accord que la formation Acquisée durant les cours de la création d'entreprise à l'université, influence les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial. La plupart des étudiants sont d'accord que les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les expériences de travail et de stage, avec les activités associatives influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial. Et à la fin la majorité des répondants sont tout à fait d'accord que la disponibilité des ressources (financières, information et conseils) influence positivement les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial avec un taux de (50%)

2.3.7. Obstacle à l'entrepreneuriat :

Tableaux N°31 : Obstacle à l'entrepreneuriat			Figure N°35 : Obstacle à l'entrepreneuriat
	Fréquence	Pourcentage	<p><b>les principaux facteurs pouvant vous empêcher de mener à bien votre projet de création</b></p> <p>                     L'accès aux moyens financiers                      Manque d'expérience                      La difficulté du choix de secteur d'activité                      Réaction de l'entourage                      La lenteur des démarches administratives                      Autres                 </p>
L'accès aux moyens financiers	56	44,1	
Manque d'expérience	20	15,7	
La difficulté du choix de secteur d'activité	7	5,5	
Réaction de l'entourage	8	6,3	
La lenteur des démarches administratives	29	22,8	
Autres	7	5,5	
Total	127	100,0	

Source : établi par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS

D'après les résultats de notre enquête, la majorité des étudiants dont (44,1%) des répondants ont affirmé que les moyens financiers est le facteur le plus qui empêche de bien mener le projet de création, alors que (22,8%) disant que pour réaliser leurs projets, il est important de faciliter les démarches administratives, tandis que le manque d'expérience pouvant être un obstacle empêchant de bien faire son projet avec un pourcentage de (15,7%). et (17,3%) se répartissent entre réaction de l'entourage, la difficulté du choix de secteur d'activité qui peuvent empêcher et freiner leurs projets de création d'entreprises.

**Conclusion**

Ce chapitre, nous a permis de détecter quelques variables qui impactent l'intention entrepreneuriale des étudiants. Sur un échantillon composé de 90 étudiants caractérisé principalement par la présence féminine, généralement inscrit en Master 2 et en licence dans les spécialités (ST, entrepreneuriat, biologie).

Les principaux résultats :

- 9/10 des étudiants ont déclaré avoir une intention entrepreneuriale.
- Les résultats, que nous avons obtenu selon l'âge (61,1%) des étudiants ayant l'intention sont entre 20 à 24 ans.
- La majorité des étudiants veulent s'investir dans le secteur de l'industrie car pour eux est le secteur qui permet de contribuer au développement local et créer plus d'emploi.
- Concernant les principales sources de financement, le financement par prêt bancaire figure en première place suivi par le recours aux ressources personnelles.

---

## Conclusion générale

---

Notre travail de recherche avait pour objectif d'essai d'analyser et de comprendre l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia, ainsi que les facteurs influençant sa formation. Le travail d'investigation mené par un questionnaire auprès de 100 étudiants de différentes spécialités, nous a permis d'apporter les éléments de réponses à notre question de départ et de vérifier nos hypothèses.

La partie théorique dans laquelle nous avons élaboré des éclaircissements sur différents concepts à savoir l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et aussi les approches théoriques, les conceptions de l'entrepreneuriat, l'intention entrepreneuriale qui est l'élément qui précède l'acte entrepreneuriale et ses différents modèles.

Les diplômés universitaires, de par leur formation semblent être relativement les mieux préparés, pour préconiser la création de leurs projets professionnelle, notamment dans un contexte caractérisé par des difficultés de plus en plus importantes à trouver un emploi salarié, et des taux de chômage relativement important chez les jeunes.

Ce contexte constitue un argument de plus, pour s'interroger sur l'entrepreneuriat des diplômés universitaires, et plus particulièrement leur intention entrepreneuriale, puisqu'ils sont dans le début d'une carrière professionnelle.

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'Ajzen 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.

À l'issue de l'analyse des données collectées, les résultats nous permettent de conclure que les deux hypothèses qu'on a proposées sont validées. La première qui est les compétences acquises durant la formation universitaire ont un impact positif sur la volonté entrepreneuriale des étudiants est vérifié, car pour la plupart des étudiants enquêtés soit 58.9 % ont l'intention de créer leur entreprise juste après l'obtention de diplôme, et que 87.8 % ont déclaré que leur formation universitaire a eu un impact positif sur l'intention de création de leurs entreprises.

Concernant la deuxième hypothèse elle nous a confirmé que 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.

## Conclusion générale

---

Dans notre cas, la formation acquise dans leur parcours universitaire, le soutien de l'entourage, et l'existence de dispositifs d'aide à la création d'entreprise semblent être les principaux facteurs perçus comme facilitateurs de l'acte d'entreprendre. A l'inverse les aspects pouvant inhibés la création d'une entreprise les plus retenus sont, les difficultés de trouver un financement adéquat et la lenteur des démarches administratives et aussi le manque d'expérience professionnelle antérieure.

## Liste bibliographique

---

### Ouvrage

- ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition d'organisation, 2003.
- Basso, O. (2006). Le manager entrepreneur: entre discours et réalité, dirigé en entrepreneur. Pearson Education France.
- Hernandez E.M., Marco L. (2006):«Entrepreneur et décision .De l'intention à l'acte», Editions ESKA, Paris.
- JANSSEN Frank, *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, 2ème édition, Paris, édition de Boeck supérieur, 2016.
- VERSTRAETE Thierry, (2000) : « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », dunod, Ed, EMS, paris, p12.
- Verstraete.T (2003) « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », éditions de l'ADREG, <http://asso.nordnet.fr/adreg>.
- ZGHALR, 2007, « L'entrepreneuriat : Théories, acteurs, pratiques ».Ed .Sanabil Med SA, P74.

### Revue et article

- BOISSON JP. & al. Une comparaison Brésil France des intentions entrepreneuriales des étudiants, recherche N°31, E4, CERAG, Université Pierre Mendès Grenoble 2, France, 2009.
- Boissin, Chollet et Emin, «Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat: éléments d'analyse pour l'action »XIVème conférence internationale de management stratégique, pays de la Loire, 2005.
- BRUYATC, (1993), cité par BENATA M ,2014/2015, op. Cite, p42
- Création d'entreprise : définition et étapes, 2017, Cet article a été rédigé par le cabinet d'expertise comptable en ligne L-Expert-comptable.com disponible sur l'EURL :<https://www.l-expert-comptable.com/a/532672-creation-d-entreprise-definition-et-etapes.html>
- Crant (1996),"The Proactive Personality Scaleasa Predictor of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Small Business Management*, vol. 34, n°3, pp. 42-49
- Diakite, B. (2004). Facteurs socioculturels et création d'entreprise en Guinée: Étude Exploratoire des ethnies peule et soussou. Résumé,02

- Emin(2004), «Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention » Revue de l'entrepreneuriat-vol3, n°1.
- 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'Oran2Mohamed Ben Ahmed, p69, disponible sur l'EURL : <File://C:/Users/user/Downloads/182573-Article%20Text-465088-1-10-20190128.pdf>
- institut statistique du québec,introduction à la création d'entreprise communication de monsieur issa martin bikienga lors de la deuxième édition des Journées universitaires de la fondation anselmetitianmasanon Bobo-dioulasso, du 28 au 30 août 2017 page 08
- Julien P.A. et Cadieux L. (2010) « La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude. Institut statistique du Québec, Canada. P 25.
- KOURAICHE.Nassira (2018) : « Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignement Supérieur en Algérie », Revue académique des études humaines et sociales, Université Hassiba ben Bouali, Chlef.
- J.-C. Ettinger, « Stimuler la création d'emplois par la création d'entreprises », Revue Française de Gestion, 1989, n° 73, pp. 56-61.
- 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.
- Louis Jacques filion (1997) :( les champs de l'entrepreneuriat ; historique, évolution, tendances), revue internationale PME vol10, n02.
- Loué C et Laviolette E.M, « les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel », p 4.
- Shane, S. et Venkataraman, S, « The promise of entrepreneurship a field of research », Academy of Management Review, vol. 25, n°1, 2000 , p 218 in Loué C et Laviolette E.M, « les compétences entrepreneuriales : définition et construction d' un référentiel »,.. 8ème Conférence de l'Association Internationale de recherche en entrepreneuriat et PME (AIREPME), Fribourg 24-27 Octobre 2006, p 4
- Véronique Bouchard, L'entrepreneuriat organisationnel au service de l'innovation, 2017

- Y.Gasse, entrepreneur moderne : attributs et fonctions, revue internationale de gestion, vol 7, n04, 1883, p23, cité par Assumpta Mundeke en 2010.
- ZINEELABIDINE M, HASSAINATE S, HAMMOUCHI M, 2018 « L'intention entrepreneuriale : revue de littérature et thématiques d'analyses », International Journal of Business and Economic Strategy, vol.9, P5.

### Thèses et mémoires

- Bruyat .C, « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, (Grenoble II), Ecole Supérieure des Affaires, 1993, in M. Bellotto, « Processus de transformation des intentions en action entrepreneuriales », L'université de CHARLES-DE-GAULLE LILLE 3, 2012, Accessible sur <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00870880/document>.
- BOURGUIBA, 2007, « Les fondements historiques de l'entrepreneuriat émanent des sciences économiques par des études dédiées au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique ».
- Bourguiba, 2007, de l'intention à l'action entrepreneuriale p24 à 25.
- Tounés A, 2006 « L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français », P59.
- Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse de doctorat en sciences de gestion, université Jean Moulin Lyon 3, soutenue en 2005.
- Gartner, « The domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation », 1995, p 69 in R.Jaziri, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat: Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat ». Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis, Apr 2009, Gafsa, Tunisie. 2009. <https://hal.inria.fr/hal-00829206v1/document>.
- GRIBAA Fafani (10 janvier 2013). « Les déterminants de l'intention environnementale des dirigeants des pme: cas de l'industrie du textile-habillement tunisienne », thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion institut supérieur de gestion de Sousse
- Julien. P-A. et Marchesnay, M, L'entrepreneuriat. Economica, Collection Gestion Poche. 1996, in M. Bellotto, « Processus de transformation des intentions en action entrepreneuriales ».

- KOUBAA S. & SAHIB EDDINE A. (23-26 Octobre 2012), l'intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc : une analyse PLS de la méthode des équations structurelles, 11ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Brest, p.4
- KOUBAAS, 2016 «les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat», P10
- Léna Ibrahim, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban Gestion et management Université Nancy 2, 2011, p 97- 101.
- Mounia Diamane, et KUOBAA Salah, Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat, 2ème Colloque international sur l'entrepreneuriat et le développement des PME dans le monde, 2016 p. 4-5.
- STHEVY LUKOKI, 2014 Analyse de l'impact de l'entrepreneuriat sur la réduction de la pauvreté dans la cité de Kimpese. Cas des petits entrepreneurs, mémoire fin cycle a Université Kongo (RDC) - SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION.
- 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.
- TOUNES Azzedine : « l'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse de doctorat en sciences de gestion, 2003, France. P30. .
- WANG Y, 2010 « l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèves ingénieurs d'une école française: une étude longitudinale », thèse de doctorat par l'école centrale de Lille, p75.

**Site internet**

- Guide de l'étudiant, (2020-2021) disponible sur L'EURL <http://www.univ-bejaia.dz/formation/vice-rectorat/guides-de-l-etudiant>
- <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>  
consulté le 13 mai 2021.
- <https://www.creerentreprise.fr/intrapreneuriat-definition-exemples> consulté le 13 mai 2021

---

# Annexes

---

# Questionnaire sur l'intention entrepreneuriale

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences de gestion, université de Bejaia, option entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale : Cas des étudiants de l'université de Bejaia.

Nous vous prions de bien vouloir consacrer un peu de temps pour répondre à ce questionnaire. Toutes les réponses sont volontaires et seront traitées de façon confidentielle.

Merci pour votre collaboration

## **I. Renseignement sur l'étudiant et sa formation universitaire :**

**1) Sexe :**

- Féminin  - Masculin

**2) Catégorie d'âge :**

- 20-24ans  - 25-29ans  - 30ans et plus

**3) Niveau d'étude :**

- Licence  - Master 1  - Master 2  - DEUA  - Ingénieur

**4) Spécialité d'étude :**

- Management  - GRH  - Entrepreneuriat  - Biologie

- ST  - MI

- Autres : .....

**5) Votre situation matrimoniale :**

- Célibataire  - Marié (e)  - Veuf (Ve)  - Divorcé (e)

**6) Avez-vous l'intention de créer une entreprise :**

- Oui  - Non

**Si non, veuillez répondre à la question N°21**

**Si oui, sous quelle forme ?**

- Créer une nouvelle entreprise

- Reprendre une entreprise familiale

- Exercer une profession libérale

**7) Votre intention de créer une entreprise est :**

- Très faible  - Faible  - Moyenne  - Forte  - Très forte

8) **A quel moment comptez-vous concrétiser votre intention ?**

- Pendant les études  - Juste après l'obtention de diplôme
- Longtemps après l'obtention du diplôme

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

- Industrie  - Agriculture  - Service

10) **Le choix d'implantation de votre projet :**

- Wilaya de Bejaia  - Hors Wilaya

## **II. La désirabilité entrepreneuriale :**

11) **Quelle est votre perception quant au statut d'entreprendre ?**

- Favorable  - Défavorable

12) **Quels sont les motivations qui influencent votre intention de création ?**

- Echapper au chômage en créant mon propre emploi
- Gagner de l'argent
- Etre autonome (être mon propre chef)
- Réaliser un rêve
- Imiter mes parents
- Autres : .....

13) **Quels sont les facteurs qui ont influencé le développement de votre intention entrepreneuriale ?**

- L'environnement social favorable
- La culture nationale et les soutiens du gouvernement
- Manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes
- La formation universitaire
- Encourager les individus à chercher des carrières
- Autres : .....

14) **La réussite entrepreneuriale est une réussite :**

- Familiale  - Sociale  - Personnelle  - Professionnelle

15) **L'échec éventuel de votre entreprise serait un échec :**

- Financier  - Social  - Personnel  - Professionnel
- Autres : .....

16) **Quelle serait la réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise ?**

- Encourageante  - Décourageante

17) Que pensez-vous des affirmations suivantes ? (Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive					
Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement.					
Le besoin d'accomplissement constitue un stimulant pour l'intention entrepreneuriale.					
La recherche de l'autonomie influence le désir de l'étudiant de créer sa propre entreprise					
La prise de risque est à la base de la formation de l'intention entrepreneuriale					
L'existence de modèles d'entrepreneurs agit sur les étudiants quant à l'intention d'entreprendre					

### III. La faisabilité entrepreneuriale :

18) Êtes-vous capable de créer votre propre entreprise ?

- Oui  - Non

19) Existe-il des entrepreneurs dans votre entourage que vous souhaitez imiter ?

- Oui  - Non

Si oui, lesquelles ?

- Père  - Mère  - Frères  - Sœurs  - Amis  - voisins

20) Quel est l'impact de la formation suivie sur votre intention de créer une entreprise ?

- Très faible  - Faible  - Moyenne  - Forte  - Très forte

**21) Quels sont les principaux facteurs pouvant vous empêcher de mener à bien votre projet de création ?**

- L'accès aux moyens financiers
- Manque d'expérience
- La difficulté du choix de secteur d'activité
- Réaction de l'entourage
- La lenteur des démarches administratives
- Autres

**22) . 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

**23) les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) 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) Que pensez-vous des affirmations suivantes ? (Cochez une case pour chacune des modalités suivantes) :**

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
La formation acquise, durant le cursus universitaire, influence les perceptions de faisabilité de l'intention					
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les expériences de travail et de stages influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial					
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les activités associatives influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial					
La disponibilité des ressources (financières, information et conseils) influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial					

## Table des matières

---

---

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale .....1

### CHAPITRE I : L'entrepreneuriat : concepts et théories

Introduction..... 4

Section 1 : L'entrepreneuriat : définition et approches théorique .....4

1. Définition et concepts .....4

1.1. Définition de l'entrepreneuriat ..... 4

1.2. Quelques notions voisines ..... 6

1.2.1. L'esprit d'entreprise ..... 6

1.2.2. La création de l'entreprise..... 6

1.2.3. L'entrepreneur .....7

1.2.4. L'intrapreneuriat.....7

1.2.5 L'extraprenariat .....8

2. Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat .....8

2.1. Approche descriptive (Approche par les traits) .....8

2.2. Approche comportementale (Approche par les faits).....9

2.3. Approche processuelle (approche cognitive) ..... 11

3. les paradigmes de l'entrepreneuriat (les conceptions) ..... 14

3.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaires..... 14

3.2. Le Paradigme de création d'organisation ..... 15

3.3. Le paradigme de création de valeur..... 16

3.4. Paradigme de l'innovation ..... 16

3.5. Le lien entre les quatre paradigmes ..... 16

4. La diversité des situations entrepreneuriales ..... 18

4.1. La création d'entreprise ..... 18

4.1.1. La création ex nihilo ..... 18

4.1.2. La création par essaimage ..... 19

4.1.3. La création en franchise ..... 19

4.1.4. La création de filiale ..... 20

4.1.5. La création d'activité nouvelle ..... 20

4.2. La reprise d'entreprise .....	20
4.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé.....	21
4.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficultés .....	21
4.3. L'entrepreneuriat organisationnel.....	21
5. L'importance de l'entrepreneuriat .....	22
5.1 Entrepreneuriat et croissance économique.....	22
5.2 Entrepreneuriat et création d'emploi .....	23
5.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise .....	23
5.4 Entrepreneuriat et innovation.....	24
6. L'enseignement de l'entrepreneuriat aux universités.....	24
6.1. Les effets et l'impact des programmes d'enseignement en entrepreneuriat .....	25
6.2. Les enjeux de l'enseignement de l'entrepreneuriat .....	25
6.3. Les dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat .....	26
6.3.1 La dimension entrepreneuriale .....	26
6.3.2. La dimension instrumentale .....	26
6.3.3. La dimension technique .....	26
6.3.4. La dimension cognitive.....	27
<b>Section 2 : L'acteur principal de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur .....</b>	<b>27</b>
2.1. Définition de l'entrepreneur et les principaux courants de pensée.....	28
2.1.1. Définition de l'entrepreneur .....	28
2.1.2. L'entrepreneur et les principaux courants de pensée.....	29
2.2. Les caractéristiques de l'entrepreneur .....	30
2.2.1. Les caractéristiques démographiques .....	30
2.2.2. Les caractéristiques psychologiques.....	31
2.3. Les typologie de l'entrepreneur.....	32
2.3.1. Typologie de Norman Smith : l'artisan et l'opportuniste .....	32
2.3.2. La typologie de Laufer.....	33
2.3.3. Typologie de Knight.....	33
2.3.4. Typologie de JULIEN et MARCHESNAY .....	34
2.3.5typologie de J.-C. ETTINGER.....	34
<b>CHAPITRE II : l'intention entrepreneuriale</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>37</b>
<b>Section 1 : Concepts de base sur l'intention entrepreneuriale .....</b>	<b>37</b>
1.1. Définition de l'intention et quelques autres concepts.....	37
1.1.1. Définition de l'intention .....	37

1.1.2. Autres concepts .....	38
1.2. Place de l'intention dans le processus entrepreneurial .....	39
1.2.1. Des modèles processuels d'entrepreneuriat .....	39
1.2.2. L'intention en amont du processus entrepreneurial.....	41
1.2.2.1. Le processus conceptuel : intention et vision entrepreneuriale .....	41
1.2.2.2. Le processus de déclenchements :de l'intention a l'action entrepreneuriale .....	43
1.2.2.3.Le processus de création .....	45
1.3. Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants.....	46
1.3.1. Les facteurs individuels .....	46
1.3.2. Les facteurs sociaux.....	46
1.3.3. Les facteurs économiques .....	46
1.3.4. Les expériences précoces dans la famille, au cours de l'enfance, à l'école ou l'université ainsi que certaines expériences professionnelles .....	47
<b>Section 2 : Les modèles de l'intention entrepreneuriale.....</b>	<b>47</b>
2.1. Les apports des modèles fondés sur l'intention entrepreneuriale.....	47
2.1.1. Théorie de l'action raisonnée d' Ajzen et Fishbein .....	48
2.1.2. Le modèle du comportement planifié d'AJZEN (1991).....	49
2.1.3. La théorie de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).....	51
2.1.4. Le Modèle de Krueger et Carsrud(1993).....	54
2.2. Les limitations des modèles d'intention et les nouvelles perspectives .....	56
2.2.1. La complexité de l'action – le passage à l'acte .....	56
2.2.2 L'instabilité d'intention – la trajectoire d'intention.....	56
<b>CHAPITRE III : Présentation et analyse des résultats de l'enquête</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>57</b>
<b>Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia et de la méthodologie de recherche .....</b>	<b>57</b>
<b>1.1 Présentation de l'université de Bejaia .....</b>	<b>57</b>
1.2 Présentation de la démarche méthodologie de l'enquête.....	59
1.2.1 Déroulement de l'enquête .....	59
1.2.2. Analyse de contenu de questionnaire.....	59
1.2.3 L'échantillon .....	59
<b>Section 2 : Analyse du contenu du questionnaire.....</b>	<b>60</b>
2.1 Renseignement sur l'étudiant et sa formation universitaire .....	60
2.2 La désirabilité entrepreneuriale .....	67
2.3. La faisabilité entrepreneurial.....	72
<b>Conclusion .....</b>	<b>78</b>

<b>Conclusion générale.....</b>	<b>79</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>81</b>
<b>Annexe .....</b>	<b>85</b>
<b>Table de matières .....</b>	<b>89</b>
<b>Résumé.....</b>	<b>93</b>

## Résumé

Cette étude a proposé d'expliquer les facteurs qui peuvent être à l'origine de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia. Elle vise à étudier l'influence des variables individuelles (Motivation, attitudes, perception) et contextuelles (condition environnementales) sur l'intention entrepreneuriale.

Sur le plan théorique, notre analyse s'appuie sur le modèle d'intention de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et Le Modèle de Krueger et Carsrud (1993). La validation du modèle est basée sur une étude qualitative menée pour 100 étudiants de L3, M1 et M2 inscrits à l'université de Bejaia.

Nos résultats montrent que les déterminants essentiels dans l'intention d'entreprendre par les étudiants de l'université de Béjaia est le facteur de faisabilité et Les compétences acquises durant la formation universitaire, selon le résultat de la régression. Ainsi l'attraction par la création, le désir de se lancer dans une aventure de création, l'enthousiasme à l'idée de le faire et de s'engager sont les piliers de la naissance de l'idée de création d'entreprise par les étudiants de Béjaia.

**Mots clés :** intention entrepreneuriale, entrepreneuriat, attitude. normes sociales.

## Summary

This study proposed to explain the factors that can be at the origin of the entrepreneurial intention in the students of the University of Bejaia. It aims to study the influence of individual (Motivation, attitudes, perception) and contextual (environmental conditions) on entrepreneurial intention.

On the theoretical level, our analysis is based on the intention model of the entrepreneurial event of Shapero and Sokol (1982) and the theory of planned behavior of Ajzen (1991) and The Model of Krueger and Carsrud (1993). The validation of the model is based on a qualitative study carried out on 100 L3, M1 and M2 students enrolled at the University of Bejaia.

Our results show that the essential determinants in the intention to undertake by the students of the University of Béjaia is the factor of feasibility and the skills acquired during the university training, according to the result of the regression. Thus the attraction by creation, the desire to embark on a creative adventure, the enthusiasm at the idea of doing so and of getting involved are the pillars of the birth of the idea of creating a business by the students of Béjaia.

**Key words:** entrepreneurial intention, entrepreneurship, attitude. social norms.