



جامعة بجاية  
Tasdawit n'Bgayet  
Université de Béjaïa

Université Abderrahmane Mira de Bejaia  
Faculté des sciences humaines et sociales  
Département de Sciences sociales

## Mémoire de fin de cycle

### Thème

**Contribution à la compréhension des conceptions,  
caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants  
De fin de formation**

**Etude pratique : les étudiants de la faculté de SEGC à  
l'université A. Mira de Bejaia**

En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences sociales  
Option : Sociologie du travail et des ressources humaines

**Réalisé par :**

MENDONÇA Ricardo J. Caetano

**Encadré par :**

M. HOCINI Amar

Année universitaire

2013/2014

## *REMERCIEMENTS*

Prime-abord je remercie Dieu, tout puissant...

En plus, ce travail de recherche n'aurait pu être mené à bien sans le soutien et les conseils de nombreuses personnes que je tiens à remercier aujourd'hui.

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à mon promoteur Mr. AMAR HOCINI, pour avoir accepté de diriger ce travail et m'avoir suivi, soutenu et encourager tout au long de cette recherche.

J'exprime également, toute ma gratitude et reconnaissance aux membres du jury qui m'ont fait l'honneur d'accepter d'examiner et évaluer ce travail. Et merci aux enseignants et personnels administratifs de la faculté des sciences humaines et sociales que j'ai eu l'occasion de côtoyer leur enseignements.

Je remercie aussi l'ensemble des étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC, qui 'ont accepté d'être interviewés dans le cadre de cette étude et sans eux, je n'aurais pu effectuer ce travail de recherche.

Je remercie aussi les personnels de la bibliothèque centrale, (S. Malek, H. Hakim et autres), et de la nouvelle bibliothèque de l'université A. Mira de Bejaia.

Plus généralement, j'aimerais remercier tous ceux qui m'ont « supporté » dans tous le sens du terme, pendant cette période. Merci à Ali Moussa Djae et Mermouri Naim mes amis et collègues avec qui j'ai partagé mon expérience et mes moments de bonheur pendant tout mon parcours universitaire.

J'adresse tous mes remerciements et mon affection à mes parents qui m'ont donné les possibilités qu'ils n'ont jamais eues et que m'ont toujours épaulé tout en me laissant librement trouver ma voie.

Enfin, j'ai eu la chance d'avoir à mes côtés une personne qui, en plus de son soutien et de sa compréhension, m'a apporté un équilibre et bien plus, la mademoiselle Matos Joaquim Mariza.

Merci infiniment...

## Liste des tableaux

N°	Les titres des tableaux	pages
01	Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat	30
02	Evolution des PME/PMI en Algérie durant 2003/2010	41
03	Évolution des emplois PME/PMI en Algérie pendant 2004/2010	47
04	Répartition des enquêtés selon l'âge	83
05	Répartition des enquêtés selon le sexe	84
06	Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale	84
07	Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction des parents	85
08	Répartition des enquêtés selon les spécialités choisie	86
09	Répartition des enquêtés selon leurs projet d'entreprise d'avenir	87
10	Répartition des enquêtés selon l'origine du projet de création d'entreprise à l'avenir	88
11	L'expérience professionnelle des enquêtés dans le domaine choisit	89
12	L'avis des enquêtés selon l'importance de la création de l'entreprise	90
13	Répartition des enquêtés selon les raisons ou motivations relatives à la concrétisation de leurs projets	91
14	Répartition des enquêtés selon l'influence de la famille et l'entourage sur l'intention entrepreneuriale	92
15	Répartition des enquêtés selon l'existence des caractéristiques nécessaires pour réaliser leur idées de création d'entreprise	94
16	Répartition des enquêtés selon l'existence d'un lien entre le projet et les vœux des parents	94
17	Raison du lien existant entre le projet des enquêtés et les vœux des leur parents	95
18	Répartition des enquêtes selon le rôle ou la contribution des parents à la consolidation de leurs projets	96

19	Répartition des enquêtes selon le modèle d'affaires privilégiées	97
20	Répartition des enquêtes selon les raisons du choix du modèle d'affaire coopératif	98
21	Répartition des enquêtes selon les raisons du choix du modèle d'affaire individuel	99
22	Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'importance du modèle d'affaire coopératifs	100
23	Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'importance du modèle d'affaire individuel	101
24	La procédure de l'obtention du financement de projet par les enquêtés	102
25	L'accessibilité des enquêtés aux informations qui pourraient guidés leurs projets	102
26	Les raisons évoquées par les enquêtés quant aux difficultés d'accéder aux informations relative à leur projet	103
27	Les raisons évoquées par les enquêtés quant aux facilité d'accéder aux informations relatif à leur projet	104
28	Le recours des enquêtés aux organes spécialisés en vue d'une orientation	105
29	L'avis des enquêtes sur la qualité des conseils des organes spécialisés	106
30	L'avis des enquêtés quand aux obstacles qui pourraient empêchés la réalisation de leur projet	107
31	L'avis des enquêtes sur la contribution de leur formation universitaire initiale dans la réalisation de leurs projets	108
32	L'avis des enquêtés quand au besoin de relever les défis	108
33	Les raisons évoquées par les enquêtés quant au besoin de relever le défis	109
34	Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'absence de besoin de relever le défis	110
35	L'attitude des enquêtés face aux risques	111
36	Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'attitude positive face aux risques	111
37	Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'attitude négative face aux risques	112
38	Proposition des enquêtés pour faciliter et concrétiser les projets des étudiants d'une manière générale	113

## Liste des Abréviations

<b>Abréviations</b>	<b>Signification</b>
PME	Petite et Moyenne Entreprise
SEGC	Sciences économiques de Gestion et Commerciale
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economique
FMI	Fond Monétaire International
APSI	l'agence de promotion et de soutien à l'investissement
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
PDG	Président Directeur Générale
TPE	Toute Petite Entreprise
TPI	Tout petite Industrie
CNI	création du Conseil National de l'Investissement
ANDI	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
GUD	Guichets Uniques Décentralisés
FNSEJ	Fond Nationale De Soutien à L'emploi des Jeunes
CNAC	Caisse Nationale d'Allocation Chômage
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
ADS	Agence de Développement Social
CALPI	Comité d'Assistance de Localisation et de Promotion de l'Investissement
PIB	Produit Intérieur Brut
BTP	Bâtiment et Travaux Publique
PMI	Petite et Moyenne Industrie
FCEI	Fédération Canadienne de L'entreprise Indépendante
CIE	Comité Intergouvernemental d'Experts
MBEI	Monnaie Banque et Environnement Financière
METE	
CCA	Comptabilité, Contrôle et Audit

# Sommaire

**Remerciements**

**Liste des tableaux**

**Liste des abréviations**

**Sommaire**

**Introduction**

## **Partie théorique**

### **Chapitre I : Cadre Méthodologique de la Recherche**

<b>Préambule</b> .....	06
1- La Raisons du choix du thème.....	06
2- L'Objectif de la recherche.....	06
3- La Problématique de la recherche.....	07
4- Les hypothèses de la recherche.....	11
5- La définition des concepts clés .....	12
6- La Méthode et la technique utilisées.....	19
7- L'échantillon.....	22

**Résumé du chapitre :**

### **Chapitre II : Genèse et Fondements de L'entrepreneuriat**

<b>Préambule :</b> .....	25
--------------------------	----

#### **Section 1 : Histoire et évolution de l'entrepreneuriat.**

1- L'historique de l'entrepreneuriat.....	25
2- La trilogie de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat.....	26
2.1- L'approche descriptive ou Économiste.....	26
2.2- L'approche comportementale.....	27
2.3- L'approche processuelle.....	28

3-	La vue synthétique de recherche en entrepreneuriat.....	29
4-	La sociologie économique de l'entrepreneuriat .....	30
<b>Section 2 : Historique et Évolution de l'entrepreneuriat en Algérie :</b>		
2.1-	L'entrepreneur d'Algérie indépendante (les décennies 60 à 70).....	33
2.2-	Les décennies 80-90 : L'essor de l'entreprise privée.....	34
2.3-	L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché.....	34
2.4-	Les facteurs explicatifs de la privatisation en Algérie.....	35
2.5-	Typologie et caractéristiques de l'entrepreneur en Algérie.....	36
2.6-	L'intérêt pour la Petite entreprise en Algérie.....	38
<b>Section 3 : La PME en Algérie :</b>		
3.1-	Evolution des petites entreprises en Algérie.....	40
3.2-	Quelques dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie.....	41
3.3-	Rôle des PME en Algérie.....	46
3.3.1-	La création d'emploi.....	46
3.3.2-	La contribution de la PME au produit intérieur brut (PIB).....	47
3.3.3-	La Distribution des revenus.....	48
3.4.	Quelques contraintes à la création d'entreprises en Algérie.....	48
<b>Résumé du chapitre :</b> .....		49
<b>Chapitre III : Caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les nouvelles générations.</b>		
<b>Préambule :</b> .....		51
<b>Section 1 : Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes</b>		
1.1-	L'entrepreneuriat et les jeunes.....	51
1.2-	Des Modèles processuels de l'entrepreneuriat.....	52
1.2.1-	La théorie du processus entrepreneurial de Bruyat.....	52

1.2.2-La théorie du processus individuel de J. SABOURIN Y.GASSE.....	54
1.2.3-La théorie du processus de création d'entreprise de BYGRAVE.....	55
1.2.4-La théorie de la carrière entrepreneuriale.....	56
<b>Section 2 : Les Caractéristiques et l'intention entrepreneuriale en amont :</b>	
2.1- Les Caractéristiques de l'entrepreneur selon (P.A Julien et M. Marchesnay).....	59
2.2- Le profil entrepreneurial.....	60
2.3- Les motivations sous jacents des jeunes entrepreneurs.....	63
2.4- Des modèles de l'intention entrepreneuriale.....	64
2.4.1- Théorie de l'événement entrepreneuriale de Shapero et Sokol.....	64
2.4.2- Théorie d'action du comportement planifiée d'Ajzen (1991).....	67
<b>Section 3 : le rôle des politiques publiques dans la valorisation de l'esprit d'entreprise</b>	
3.1- L'entrepreneuriat : Phénomène économique, social et politique.....	70
3.2- La nécessité d'encourager l'esprit d'entreprise.....	70
3.3- La politique publique d'aide à l'entrepreneuriat.....	72
3.3- L'enseignement de l'entrepreneuriat.....	73
<b>Chapitre IV: Présentation du lieu d'enquête et les étapes de la recherche sur le terrain.</b>	
<b>Préambule :</b> .....	77
1- Présentation du lieu d'enquêté.....	77
1.1- Présentation de l'université A. Mira de Bejaia.....	77
1.1.1- Historique de l'université.....	77
1.1.2- Missions de l'université.....	78
1.2- Présentation de la faculté SEGC.....	78
1.2.1- Objectif de la faculté de SEGC.....	78
1.2.2- Organisation de la faculté de SEGC.....	79

1.2.3- Les spécialités enseignées dans la faculté de SEGC.....	79
2- Les étapes de la recherche sur le terrain.....	80
2.1- La pré- enquête.....	80
2.2- Le temps de l'enquête.....	80
2.3- Conception et description.....	81

## **Chapitre V: Analyse et interprétation des résultats de la recherche.**

<b>Préambule :</b> .....	83
1. Présentation des résultats.....	83
1.1- Présentation des résultats relatifs aux caractéristiques des enquêtés....	83
1.2- Présentation des résultats relatifs à l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation.....	86
1.3- Présentation des résultats relatifs aux motivations entrepreneuriale des étudiants de fin de formation.....	91
1.4- Présentation des résultats relatifs aux modèles d'affaires privilégiés par les étudiants de fin de formation.....	97
1.5- Présentation des résultats relatifs aux ressources nécessaires au développement de l'intention entrepreneuriales des étudiants de fin de formation.....	102
1.6- Présentation des résultats relatifs au profil entrepreneuriale des étudiants de fin de formation.....	108
2. Résultats d'enquête.....	115

Conclusion générale

La liste bibliographique

Les annexes

## INTRODUCTION

La création des PME représente aujourd'hui un enjeu économique et social important dans le monde. Elle s'est avérée comme un moteur pour le développement des économies des pays. Dès lors, beaucoup d'auteurs les considèrent comme un élément fondamental de la croissance économique et de la création d'emplois d'un pays.

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

En Algérie, l'entrepreneuriat jouit d'une grande attention de la part de plusieurs acteurs. Une telle attention tournée vers l'entrepreneuriat s'explique par la reconnaissance du rôle primordial de l'entrepreneuriat dans le développement économique des pays. Ainsi, les diverses actions qui ont été entreprises en faveur de l'entrepreneuriat en Algérie témoignent la volonté de ce pays d'encourager l'initiative privée.

Nous signalons que l'entrepreneuriat en Algérie est né grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics, il ya un peut plus de vingt ans. C'est à partir des années 1990 suite aux changements sur tous les plans internes et externes qui ont fait que l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire, encourager et développer l'esprit d'entreprise. Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor grâce à la levée du monopole d'État sur l'activité économique et libérant l'initiative privée.

L'entrepreneuriat, levier de la création des richesses et d'emplois, désormais fait parti des stratégies de reconversion conduites par les pouvoirs publics, où la création d'entreprise constitue une solution au problème d'exclusion social surtout le chômage des jeunes de plus en plus considérables dans la société algérienne.

La promotion de l'entrepreneuriat est aujourd'hui l'une des grandes priorités de la politique économique algérienne. C'est pourquoi une grande partie des financements de l'encouragement à la création furent en direction des demandeurs d'emploi, c'est-à-dire que les jeunes constituent une cible privilégiée de sensibilisation et encouragement à l'esprit d'entreprise.

De ce fait, l'état algérien a mis plusieurs dispositifs qui jouent un rôle actif dans le développement de petites et moyennes entreprises et l'amélioration de leur secteur (APSI, ANDI, ANSEJ, ANEM, ANGEM etc.) Afin d'inciter et aide les jeunes sur leur projet d'entreprise d'avenir.

Néanmoins, il convient de signaler qu'il est important, pour la promotion de l'entrepreneuriat dans un pays de connaitre les divers facteurs pouvant influencer l'intention entrepreneuriale de sa population. La connaissance de ces facteurs aide à envisager les actions appropriées pour stimuler davantage les comportements entrepreneuriaux des individus.

En Algérie, peu de recherches s'intéressent aux facteurs pouvant agir et former l'intention entrepreneuriale chez les Algériens en général et chez les étudiants en particulier ont été mené. À partir de ce constat, il nous a paru intéressant de mener notre étude sur la contribution à la compréhension des conceptions, caractéristiques et intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de formation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale à l'université A. Mira de Bejaia. Afin de cerner : les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants de fin de formation ; leurs profil entrepreneurial, Autrement dit, leurs motivations, aptitudes et attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat, leurs formes d'entreprises privilégiées. Et proposer les solutions les plus adéquates pour inciter, et aider les plus instruits à devenir entrepreneur dans l'avenir.

La majorité des travaux théoriques qui se focalisent sur l'étude de l'intention entrepreneuriale se basent sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Ces deux travaux fournissent une explication similaire de l'intention entrepreneuriale de l'individu et ils offrent un cadre cohérent, simple et robuste pour atteindre une meilleure compréhension du processus de création d'entreprise.

Dans la présente recherche, l'approche privilégiée est celle des intentions entrepreneuriales. Par ailleurs, plusieurs auteurs s'accordent à dire que la création d'entreprise correspond à un processus intentionnel. Le modèle théorique pour lequel nous avons opté pour guider notre recherche est celui

proposé par la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). Ce modèle constitue l'un des modèles d'intention les plus utilisés.

De nombreuses recherches l'ont emprunté afin d'améliorer la compréhension des intentions entrepreneuriales de plusieurs catégories d'individus y compris les étudiants.

Pour atteindre cet objectif on a conçu ce présent travail en chapitres suivants :

Le premier chapitre porte sur le cadre méthodologique de la recherche à savoir les raisons du choix de thème, l'objectif de notre recherche, la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisées pour recueillir le maximum d'informations, le choix de l'échantillon et la présentation des limites de la recherche.

Dans le deuxième chapitre, on a présenté dans la première section, un aperçu sur l'histoire et l'évolution de l'entrepreneuriat. En deuxième lieu, on a présenté dans la deuxième section, l'histoire et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie, et en troisième section on a parlé de la PME en Algérie.

Le troisième chapitre s'interroge sur les caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les jeunes. La première section contient les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes. La deuxième section montre les caractéristiques et l'intention entrepreneuriale en amont, enfin la troisième section comporte le rôle des politiques publiques pour valoriser l'esprit d'entreprise.

Dans le quatrième chapitre, nous avons présenté en premier position le lieu d'enquête à savoir, l'université A. Mira de Bejaia, dont a présenter son historique. En deuxième lieu, la présentation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale dont nos enquêtés relèvent et les caractéristiques des étudiants enquêtés.

Dans le cinquième chapitre, on a évoqué l'analyse et l'interprétation des résultats, par une présentation des tableaux simple et leur analyse thématique, et en dernier lieu on a opté pour la présentation des résultats d'enquête.

Finalement, on a achevé notre travail de recherche par une conclusion générale, une liste bibliographique et les annexes.

# Partie théorique de la recherche

Chapitre I :  
Cadre méthodologique de la  
recherche

### **Préambule :**

Ce chapitre est consacré à la présentation du cadre méthodologique de la recherche à travers lequel nous développerons les points suivants :

Les raisons du choix du thème, l'objectif de la recherche, la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisées, l'analyse thématique, le choix de l'échantillon d'enquête et les limites de la présente recherche.

### **1- Les raisons du choix de thème**

Parmi les raisons qui nous ont motivés à choisir ce thème, on cite :

- L'importance d'acquérir, d'améliorer et d'approfondir nos connaissances sur la phase de création d'entreprise en amont, dans le souhait de comprendre les obstacles qui empêchent les jeunes à créer leurs entreprises à l'avenir.
- Connaitre les caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les nouvelles les jeunes notamment les étudiants de fin de formation à l'université de Bejaia.
- Montrer l'importance des PME dans le développement socio-économique et le double rôle qu'elles jouent à savoir économique et social par la création d'emploi, la lutte contre le chômage et l'insertion des jeunes dans la vie active, notamment les étudiants, issus de l'université. Ceci donnera une image plus claire aux yeux des autorités pour mieux faciliter la création des PME chez les nouvelles générations.

### **2- Les objectifs de la présente recherche :**

- Décrire et comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants de fin de formation, tout en essayant d'en montrer les facteurs déterminant l'intention entrepreneuriale en amont. Autrement dit, avant même de procéder à la création de leurs entreprises dans la réalité.

- Savoir comment les programmes de formations initiales peuvent influencer l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de cycle à l'université A. Mira de Bejaia.
- Connaitre les conceptions, croyances et perceptions des étudiants de fin de formation vis-à-vis de l'entrepreneuriat.
- Connaitre le profil entrepreneurial des étudiants de fin de formation. Autrement dit, leurs motivations, aptitudes et attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat.
- Connaitre l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation et les formes d'entreprises privilégiées.
- Décrire les facteurs qui alimentent leurs intentions entrepreneuriales, qui déterminent à leur tour leurs attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat.
- En fin, proposer les solutions les plus adéquates pour inciter, et aider les plus instruits à devenir entrepreneurs dans la future proche.

### 3- La Problématique :

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour plusieurs pays. Les divers avantages qu'il génère justifient amplement l'intérêt grandissant qu'il suscite. Par ailleurs, à côté de sa contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales (et plus particulièrement la création d'entreprise) des sources de satisfaction.

De nos jours, il n'y a quasiment aucun pays qui n'ait pas une politique volontariste de développement et de mobilisation de l'entrepreneuriat sous forme de programmes, d'outils et de structures d'aide à la création d'entreprises<sup>(1)</sup>.

À l'instar de ces pays, l'Algérie qui est comme toutes les autres sociétés ou nations affronte plusieurs phénomènes ou problèmes, comme le chômage qui est considéré comme un problème majeur qui touche essentiellement une couche plus importante de la société principalement celle des jeunes. En effet, ces facteurs expliquent les mutations économiques qu'a connu l'Algérie depuis 1980 en raison du passage d'une économie planifiée, ou administrée à une

---

<sup>1</sup> FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012, P-19.

économie de marché, ouverte à l'investissement privé national ou étranger à la fin des années 80<sup>(1)</sup>.

En Algérie, comme dans d'autres pays, les PME constituent la grande partie du tissu économique, où leurs nombres connaissent une croissance continue, les statistiques démontrent que près de 342788 <sup>(2)</sup> PME créées durant l'année 2005, le nombre a nettement augmenté en 2010 atteignant 607,297 en hausse de 2800 unités par rapport à 2009<sup>(3)</sup> bien que l'importance accordée à celle-ci ne soit pas récente. Ainsi, les résultats ne sont apparus qu'à partir des années 2000, et ce, après une série de mesures d'accompagnement des entreprises pour les amener à acquérir une capacité suffisante de compétitivité. <sup>(4)</sup>

Le développement important et rapide de l'entrepreneuriat en Algérie mérite de faire l'objet d'une attention particulière en raison de l'enjeu qu'il représente pour l'économie nationale, cette catégorie socioprofessionnelle a évolué de plus en plus avec de nombreux économistes et sociologues, tels que certains sociologues Algériens comme ABDELLATIF Benachonho, MADOUI Mohamed et autres internationaux comme, GILLET Anne, qu'on tenté de comprendre les conditions d'émergence de l'entrepreneur Algérien en tant qu'acteur économique et social.

La création d'entreprise nécessite en premier lieu l'existence d'un acteur, le créateur de l'unité de production qui peut concevoir préalablement un réceptacle stratégique et adéquat à l'activité visée, dont il doit élaborer une structure convenable pour s'adapter aux exigences du milieu et pouvoir s'introduire aisément dans le marché. Et selon « Schumpeter » emprunt sa vision de l'entrepreneur ou de chef d'entreprise à la notion de « leadership » qui renvoie au fait que dans tous les domaines de l'activité sociale le chef a un rôle particulier. Les aptitudes de ce chef se résument essentiellement à l'initiative et à la volonté. C'est en la transparence dans le domaine de l'économie que Schumpeter en dérive la notion d'entrepreneur et de l'entreprise. L'entreprise est

---

<sup>1</sup> ABDOU. Abderrahmane, BOUYACOUB. Ahmed et autres. Entrepreneur et PME, approches algéro-française. Édition l'ARMATTAN, Algérie, 2004, P, 79.

<sup>2</sup> BOUABEDELDAH. K, et autres, Entrepreneuriat et développement économique, les cahiers de CREAD, N° 73, 2005, P 10.

<sup>3</sup> SALIMI Youssef, La nouvelle loi sur les PME soumise prochainement au gouvernement, Journal El Watan, Algérie, 21 avril 2011.

<sup>4</sup> CHELLIL Abdelatif, AYAD S. Mohamed, PME en Algérie, réalité et perspectives, Université de Tlemcen, Algérie, 2008, P 01.

l'acte de réaliser, et l'entrepreneur est l'agent qui réalise des combinaisons des nouveaux facteurs de production<sup>1</sup>.

La création d'entreprises par les jeunes attire aujourd'hui une attention particulière des instances locales, régionales, nationales et voire même internationale. Elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des populations jeunes et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotion de l'esprit d'entreprise des pays.

Les jeunes créateurs d'entreprises sont de plus en plus nombreux. Ils témoignent d'un intérêt croissant pour l'entrepreneuriat. Statistiquement, les jeunes entrepreneurs occupent une place importante parmi les entrepreneurs, ils sont considérés comme plus dynamiques, plus motivés, et avec une grande capacité d'adaptation aux mécanismes de l'économie de marché par rapport aux générations antérieures<sup>2</sup>.

On ne saurait trop insister sur l'importance de favoriser l'esprit d'entreprise et une culture entrepreneuriale chez les jeunes et de les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrière. Les changements socio-économiques majeurs ont certes eu d'importantes répercussions sur la société en général, mais les jeunes ont été particulièrement touchés.

Comme le chômage affecte de plus en plus de jeunes aujourd'hui, il faut non seulement les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme choix de carrière, mais aussi leur fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme. Voir même les soutenir tout au long de leurs cursus de formation au d'apprentissage afin de les aider à mieux clarifier leurs projets sur le plan idéal (théorique).

L'importance de l'entrepreneuriat chez les jeunes a été bien résumée dans un rapport publié par la fondation canadienne de la jeunesse... Dans les options suggérées pour régler le problème du chômage chez les jeunes, les auteurs indiquent que même si l'entrepreneuriat n'est pas la solution, mais il est une

---

<sup>1</sup> HAMIDOUCHE Karima, Le Processus de création des Petites et moyennes entreprises en Algérie, Thèse de master, Université de Bejaia, Algérie, P 08.

<sup>2</sup> FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012.

façon de commencer à s'occuper des questions sociales et personnelles touchant le phénomène du chômage des jeunes<sup>1</sup>.

Pour expliquer le phénomène de création d'entreprise, plusieurs courants de pensée se sont succédé en entrepreneuriat. Depuis des années, la majorité des recherches sont focalisées sur les caractéristiques individuelles, « approche par traits de personnalité », afin de trouver leurs liens avec la décision de créer une entreprise. Mais les recherches dans cette voie sont considérées comme illusoires et incapables de prédire le choix de carrière entrepreneuriale voire même la réussite du projet. Pour pallier les limites des approches précédentes, l'approche interactionniste a vu le jour qui considère que l'acte d'entreprendre est un phénomène complexe et multidimensionnel, et que les caractéristiques individuelles et les facteurs de contexte doivent être pris en compte.

Depuis le début de la décennie 1990, les recherches en entrepreneuriat portent un intérêt plus important aux phases en amont, qui s'intéressent aux individus qui souhaitent s'inscrire dans le processus entrepreneurial. Ainsi, au lieu d'aborder les phénomènes sur la base de comportements observés, autrement dit, l'acte de mise en œuvre ou d'installation de l'entreprise, il apparaît plus que nécessaire de s'interroger d'abord sur les processus en amont pour expliquer les comportements futurs des jeunes ou nouveaux entrepreneurs. Pour avoir une image globale de l'entrepreneuriat, notent (T. VOLERY et alii (1997), il n'est pas suffisant d'étudier seulement ceux qui ont concrétisé leurs objectifs (création), mais aussi ceux qui sont en amont du processus menant à la création d'entreprise.

Pour appréhender l'esprit d'entreprise en amont de la phase de l'émergence de l'intention de créer une entreprise, on s'est inspiré de la théorie de la planification du comportement d'Ajzen (1991). Selon cette théorie tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets des motivations, qui influent les individus est déterminées par trois éléments : l'attitude vis-à-vis du comportement, la perception de la norme sociale, et le contrôle comportemental perçu<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> FCEI (Fédération Canadienne de L'entreprise Indépendante) perspective d'embauche : les attentes des jeunes et des PME en matière d'emploi, Canada, 2000, P 11.

<sup>2</sup> FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012, P-19.

Selon Bruyat (1993), si l'on suit les modèles d'intention, pour qu'il y ait création d'entreprise, il faut la formation d'une intention de créer sous l'effet d'un changement d'attitudes en relation avec le comportement considéré<sup>1</sup>.

Dans cet ordre d'idée, on vise à décrire et à comprendre la conception, caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants de fin de formation, représentées ici par les étudiants de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale (SEGC) en répondant à la question de départ suivante :

- Comment se présentent les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales des étudiants de fin de formation à l'université A. Mira de Bejaia ?

Pour se faire, nous avons devisé cette question en sous questions de recherche à savoir :

- Quelles sont les intentions entrepreneuriales des étudiants de fin de formation à l'université A. Mira de Bejaia ?
- Quelles sont leurs motivations à entreprendre ?
- Quels modèles d'affaires privilégient-ils ?
- Quelles sont les entraves que rencontrent ces étudiants au stade d'intention entrepreneuriale ? Autrement dit, avant même la concrétisation de leur projet ?
- Les étudiants de fin de formation sont-ils prédisposés à entreprendre ? Autrement dit, possèdent-ils le profil entrepreneurial ou caractéristiques nécessaires à l'entrepreneuriat ?

#### 4- Les Hypothèses :

La première opération de concrétisation de la question de recherche consiste à y répondre habituellement sous la forme d'une hypothèse.

Selon Maurice Angers l'hypothèse est : « un énoncé qui prédit une relation entre deux ou plusieurs termes et en impliquant une vérification empirique. »<sup>2</sup>

D'après Madeleine Grawitz, L'hypothèse, est une réponse provisoire de la nature des relations entre deux ou plusieurs variables<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Fayolle. A, introduction à l'entrepreneuriat, éd. Dunod, Paris, 2005, P.95.

<sup>2</sup> ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah, Alger, 1997, P.102.

**Hypothèse-1 :**

L'existence d'une idée ou d'un projet d'entreprise initiale favorise l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de formation à la faculté de SEGC.

**Hypothèse- 2 :**

Le besoin d'accomplissement de l'autonomie et le besoin de satisfaire les vœux des parents représentent les fondements de la motivation qui influent positivement sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation de la faculté SEGC.

**Hypothèse- 3 :**

Les modèles d'affaires coopératifs constituent le fondement de l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation relevant des SEGC.

**Hypothèse- 4 :**

L'indisponibilité des ressources se rapportant aux informations diverses, conseil, contenu de la formation initiale, et la finance ; entravent l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation de la faculté SEGC avant même la concrétisation de leurs projets.

**Hypothèse- 5 :**

Le profil entrepreneurial favorable des étudiants de fin de formation de la faculté SEGC influe positivement sur leurs intentions entrepreneuriales.

**1- Définitions des concepts :**

Dans le but de clarifier nos concepts clés utilisés dans notre présente Étude nous avons opté pour les définitions suivantes :

**6.1- Entrepreneur**

On a plusieurs définitions qui sont rapprochées à ce concept et chaque auteur a sa propre vision, dont on a :

---

<sup>1</sup> GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales, 7<sup>e</sup> Éd. D'organisation, Paris, 2002, P 27.

VERIN qu'a retracée l'évolution du mot entrepreneur, dès le 18<sup>e</sup> siècle avec l'évolution de la société capitaliste, il évoque toujours une combinaison de force de ruse, de prise de risque, et de calcul.<sup>1</sup>

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

Pour « Jean-Baptiste Say » (1803), l'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens.<sup>2</sup>

Entrepreneur schumpetérien : du nom de l'économiste Joseph Schumpeter (1883-1950), qui insista sur l'importance de l'innovation dans les mécanismes de la croissance et sur le rôle de l'entrepreneur dont la fonction est de réformer ou de révolutionner les routines de production en exploitant une invention. L'entrepreneur schumpetérien est un innovateur et un agent du changement.

D'après M. CASSON, l'entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise de décision relative à la coordination de ressources rares.<sup>3</sup>

Enfin, selon Djelali Labes, l'entrepreneur n'est jamais seul, il est porté par son groupe d'appartenance, familial avant tout, puis par concentricité, de clientèle et d'allégeance. Ainsi, l'existence du capital d'argent serait impossible sans la présence active de la famille, lieu d'accumulation, base matérielle, ciment idéologique et horizon politique d'un processus de concentration de la richesse qui opère selon des stratégies diverses et emprunte des chemins différents. L'association des capitaux est d'abord association familiale de capitaux, avant de prendre des contenus plus impersonnels<sup>4</sup>.

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

---

<sup>1</sup> VERIN. H, Entrepreneur, entreprise, histoire d'une idée, In : Dictionnaire de sociologie, P.188.

<sup>2</sup> FAYOLLE. A, Introduction à l'entrepreneuriat, éd Dunod, Paris, 2005, P. 10.

<sup>3</sup> TORRES. O, Les PME, éd. Flammarion, Paris, 1999, P. 46.

<sup>4</sup> SLAMI Saida, L'accompagnement des entrepreneurs créateurs de PME dans le cadre de l'ANSEJ, Mémoire de master, université de Bejaia, Algérie, 2013, P 12.

## 6.2- Entrepreneuriat

Il existe plusieurs définitions sur ce concept. Alors, on a fait recours aux définitions suivantes :

L'Entrepreneuriat peut se définir comme « le processus qui dans une économie conduit un entrepreneur à la création d'une entreprise. Ce processus est le résultat de deux forces convergentes la première dépend des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, la deuxième dépend des conditions au sens large de création d'entreprise ». L'entrepreneuriat est avant tout un état d'esprit et une dynamique d'action.

L'entrepreneur se caractérise aussi par un certain nombre de traits de caractère tels que la créativité, la prise de risque, l'esprit d'initiative, l'audace, la pugnacité. Il est celui qui sait « identifier, évaluer et capturer une opportunité de développement sans se laisser limiter par les ressources dont dispose »

La première dimension distinctive de l'état d'esprit de l'entrepreneur réside donc dans sa capacité à reconnaître des opportunités de développement là où d'autres ne verront qu'absence de marché et complications, la deuxième réside dans le fait qu'il sait échapper à la fatalité de la rareté des ressources et au découragement dû à l'absence de moyen pour réaliser son projet. L'entrepreneur ne s'arrête pas à considérer l'entendue des moyens dont il aura besoin pour réaliser ses objectifs. Il va gérer de manière créative les ressources en multipliant les effets de levier pour obtenir un rendement maximal.

Autre trait caractéristique de l'entrepreneur est la dynamique d'action celle-ci réside dans sa capacité à faire advenir quelque chose de nouveau. Car c'est bien la création d'une nouvelle activité qui donne ses titres à l'entrepreneur. La démonstration faite de sa nature, c'est ce résultat. L'entrepreneur est celui qui force son destin en se fixant un but difficile et en l'accomplissant<sup>1</sup>.

**Définition opérationnelle :** Dans notre étude, on entend par l'entrepreneuriat, la capacité à entreprendre à savoir les capacités individuelles telles que : la

---

<sup>1</sup> FAYOLLE. Alain. L'entrepreneuriat, chambre de commerce et d'industrie de Paris DFEM, Advancia, Avril, 2008, P 08.

créativité, l'esprit d'initiative, la prise de risque ; ainsi que les conditions de création d'entreprise telles que : moyens financiers, formation initiale, conseil et informations, etc.

### 6.3- L'esprit d'entreprise

L'esprit d'entreprise 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, voir s'investir) dans une sorte « d'aventure ».

Une « entreprise » consiste à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses (dans une organisation, autres sens, plus institutionnels, du mot « entreprise ». Bien entendu, on pense ici immédiatement à l'entreprise capitaliste : un ou plusieurs entrepreneurs investissent des capitaux dans une affaire, et acceptent un certain risque lié souvent au caractère innovant de l'entreprise, en proposant des produits sur le marché, afin d'en retirer un profit qui rémunérera les capitaux investis. Mais cet esprit d'entreprise peut se retrouver dans des différentes formes d'organisations : un chef de clinique, un directeur d'équipe de recherche, un responsable d'association... etc.

Sachant que la proportion de risque personnel d'innovation et d'organisation est très variable selon les cas. De même, on peut observer l'esprit d'entreprise dans tous les pays et systèmes économiques quelque soit la région ou la période de l'histoire<sup>1</sup>.

**Définition opérationnelle :** L'esprit d'entreprise est défini comme la capacité de l'innovation, de la créativité et d'adaptation que possèdent les étudiants de fin de formation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale à l'égard de l'entrepreneuriat.

### 6.4- L'intention entrepreneuriale

Étymologiquement, l'intention vient du verbe latin « intendere » qui signifie « tendre vers ». Elle est la volonté tendue vers un certain but.

---

<sup>1</sup> JULIEN, P. André et MARCHESNAY. Michel. L'entrepreneuriat. Édition ECONOMICA, PARIS, 1996, P. 08.

Le dictionnaire le Robert définit l'intention comme « le fait de se proposer un certain but ». Elle est caractérisée par la détermination, la résolution et la volonté. Le droit pénal rend compte de cette volonté.

L'intention est incluse dans la notion d'infraction qui est le fait générateur de la responsabilité pénale<sup>1</sup>. Il est apparu dans la doctrine, note (Pradel, 1995), que l'intention est une notion monolithique et variée, où la volonté d'accomplir un acte est très présente. Plusieurs chercheurs en entrepreneuriat considèrent l'intention entrepreneuriale comme l'expression d'une volonté.

Selon (Krueger et Casrud, 1993) l'intention entrepreneuriale est une structure cognitive qui inclut les fins et les moyennes.

**Définition opérationnelle :** Nous entendons par l'intention entrepreneuriale la volonté ou l'idée que présentent les étudiants de fin de formation de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale pour la création de l'entreprise dans l'avenir.

### 6.5- Le profil entrepreneurial

**Définition opérationnelle :** Ce sont l'ensemble des caractéristiques ou le profil que possèdent les étudiants du département de l'économie jugées capable de mener un projet de création de l'entreprise, telles que : la motivation, les aptitudes et les attitudes envers la réalisation de leurs projets, telles que : le défi, l'ambition, la confiance en soi, la créativité, la prise de risque, la persévérance.

### 6.6- Projet d'entreprise

C'est une charte qui précise les objectifs généraux, les valeurs, la philosophie de l'entreprise tout en affirmant son identité. Elle est destinée au personnel et a pour ambition de le motiver, d'assurer sa cohésion et à terme de développer l'entreprise. Le projet d'entreprise a pourtant des limites : dans certaines entreprises, il est malaisé de cerner la culture et d'élaborer un projet cohérent et fédérateur : parfois, il lui est difficile d'évoluer, il est plutôt perçu comme un projet de l'équipe dirigeante et des cadres et moins des salariés, l'obstacle résidant en termes d'implication des salariés sous contrats précaires de plus en plus nombreux<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> DESPORTES F., GUNEHEC F., Le nouveau droit pénal : 'Droit pénal général' tome 1, 4<sup>e</sup> Éd. Economica, Canada, 1997, P 333.

<sup>2</sup> [www.wikipedia.Org/wiki/charte](http://www.wikipedia.Org/wiki/charte) consultez le 26/04/2014 à 22Heure et 30MN.

**Définition opérationnelle :** un projet d'entreprise est considéré dans notre étude comme l'idée conçue et planifié des étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC à propos de la création de leur entreprise dès que l'opportunité et les moyens nécessaires se présentent.

### 6.1- Modèle d'affaire coopératif

C'est une entité économique fondée sur le principe de la coopération. Elle a pour objectif de servir au mieux les intérêts économiques de ses participants (sociétaires ou adhérents). Ou une association autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux et culturels communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement<sup>1</sup>.

**Définition opérationnelle :** Dans notre étude, c'est la forme d'entreprise souhaitée par les étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC du type collectif ou associé dont ils forment en équipe pour sa réalisation.

### 6.2- Moyenne d'aide entrepreneuriale

**Définition opérationnelle :** ce sont tous les moyens confondus, à savoir matériel ou immatériels nécessaires pour mener à terme la concrétisation d'un projet d'entreprise. Et dans notre présente étude on veut dire, le type de formation reçue à l'université, l'aide financière, conseils, et orientations de la famille et son environnement.

### 6.7- La motivation

Du latin motivus « mobile » de movere « mouvoir », elle est définie comme un ensemble de facteurs dynamiques qui déterminent la conduite d'un individu<sup>2</sup>.

Dans la philosophie classique, la motivation est ensemble des considérations alléguées par le sujet comme motif de ses actes.

Dans le sens général, les motivations sont les forces qui déterminent les actes d'un individu<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> [www.wikipedia.Org/wiki/coop](http://www.wikipedia.Org/wiki/coop), consultez le 26/04/2014 à 22Heure et 30MN.

<sup>2</sup> SILLAMY Norbert, Dictionnaire encyclopédie de psychologie, éd. Bordas, Paris, 1980, P 773.

<sup>3</sup> AKOUN André, ANSART Pierre ; Dictionnaire de sociologie, éd. Collection le Robert/seuil, Paris, 1999, P 150.

Selon **vallerand. R**, le concept de motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement dirigé vers un but »<sup>1</sup>.

**Définition opérationnelle :** La motivation est l'ensemble des prédispositions ou raisons qui poussent les étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC à entreprendre ou à réaliser leurs projets ; ces forces internes qui poussent ces étudiants à cela sont : le besoin d'accomplissement et de l'autonomie et le besoin de satisfaire les vœux des parents.

### 6.1- Besoin d'accomplissement

Est le besoin de se réaliser, d'exploiter et de mettre en valeur son potentiel personnel dans tous les domaines de la vie. Ce besoin peut prendre des formes différentes selon les individus. Pour certains, ce sera le besoin d'étudier, d'en apprendre toujours plus, de développer ses compétences et ses connaissances personnelles ; pour d'autres ce sera le besoin de créer, d'inventer, de faire ; pour d'autres, ce sera la création d'une vie intérieure. C'est aussi le sentiment qu'à une personne de faire quelque chose de sa vie et de donner un sens à son passage sur terre<sup>2</sup>.

**Définition opérationnelle :** dans notre présente étude, nous abordons le besoin d'accomplissement comme étant la volonté que dispose les étudiants de fin de formation de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale à vouloir réaliser quelque chose, se progresser, réussir, se développer et se sentir utile dans la vie.

### 6.3- Besoin d'autonomie

Du Grec autos « soi-même » et nomos « loi, règle. Est la faculté d'agir par soi-même en se donnant ses propres règles de conduite, sa propre loi ; aussi elle est synonyme de liberté, elle se caractérise par la capacité à choisir de son propre chef sans se laisser dominer par certaines tendances naturelles ou collectives, ni se laisser dominer par une autorité extérieure<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://www.etudier.com/dissertations/D%C3%A9finition-Du-Concep-De-Motivation>, consultez le 26/04/2014.

<sup>2</sup> <http://www.teteamodeler.com/scolarité/motivation/maslow5.asp> consultez le 26/04/2014 à 22h56mn.

<sup>3</sup> [www.google.org/autonomie](http://www.google.org/autonomie), consultez le 27/04/2014 à 21h50mn.

**Définition opérationnelle :** Se définit dans notre présente étude comme, le souhait des étudiants de fin de formation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale à vouloir être indépendant, avoir une liberté, créer leur propre emploi et devenir son propre patron.

### 6.4- Les vœux des parents :

On se limite dans ce concept à présenter simplement à sa définition opérationnel à savoir : répondre aux différents souhaits des parents de voir leurs enfants devenir entrepreneur et riche.

## 2- La Méthode et la Technique utilisées

### 7.1. La Méthode

Selon Madeleine Grawitz, la Méthode se définit au sens philosophique, comme un ensemble des opérations intellectuelles par laquelle une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontre, les vérifie.

Au sens général de procédure de toute démarche scientifique, la Méthode est un ensemble de règles indépendantes de toute recherche et contenu particulier visant surtout des processus et formes de raisonnement et perception, rendant accessible la réalité à saisir<sup>1</sup>.

Selon AKTOUF Omar, la Méthode, c'est l'ensemble des pratiques particulières qu'elle met en œuvre pour que le cheminement de ses démonstrations et de ses théorisations soit clair, évident et irréfutable<sup>2</sup>.

Nous avons adopté la méthode qualitative qui vise à comprendre le phénomène d'étude et d'établir le sens de propos recueillis, ou de comportements observés ; et de décrire les différents aspects liés à notre thème à savoir l'intention entrepreneuriale émane d'un esprit entrepreneurial où elle vise à contourner sur la compréhension des conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales des étudiants de fin de formation à l'université A. Mira.

Selon Maurice Angers, la méthode qualitative est un "ensemble de procédés pour qualifier les phénomènes<sup>1</sup> ».

---

<sup>1</sup> GRAWITZ Madeleine, *Méthodes des sciences sociales*, 11<sup>e</sup> Éd. Dalloz, Paris, 2001, P. 351.

<sup>2</sup> AKTOUF Omar, *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations*, Éd. Presse de l'université du Québec, Canada, 1987, P. 27.

Elle permet de décrire et de comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants de fin de formation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale, tout en essayant d'en montrer les facteurs déterminant l'intention entrepreneuriale en amont.

Autrement dit avant même de procéder à la création de leurs entreprises dans la réalité. Cela nous impose de suivre la méthode qualitative seule capable de répondre, elle nous permettra aussi d'obtenir des résultats de nature qualitative et des informations fiables.

### **7.2. La Technique utilisée**

Selon Aktouf Omar, la technique c'est un moyen précis pour atteindre un résultat partiel à un niveau et un moment précis de la recherche<sup>2</sup>.

Vu les objectifs qualitatifs de notre présente étude à savoir, comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales des étudiants de fin de formation, dont on a recours à la technique de l'entretien qui nécessite d'établir un rapport suffisamment égalitaire entre l'enquêteur et l'enquête.

Pour ce faire, nous avons utilisé la technique de l'entretien qui se définit comme suit :

« Procédé d'investigation scientifique utilisant un processus de communication verbale pour recueillir des informations en relation avec des objectifs fixés »<sup>3</sup>.

Nous avons utilisé la technique de l'entretien dans le but de recueillir le maximum d'informations sur le thème traité, ce choix se justifie également par le nombre restreint de notre échantillon d'étude afin de recueillir des données qualitatives auprès des étudiants de fin de formation. En effet, l'entretien semi-directif permet à l'enquêté de s'exprimer librement tout en intervenant en essayant bien sûr de le relancer, et cela, dans le cas où l'entrepreneur donne des réponses sèches ou il s'éloigne trop de notre sujet recherche. Pour cela, nous avons élaboré un guide d'entretien semi-directif qui comporte

Les axes suivants :

---

<sup>1</sup> ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Éd. Casbah, Algérie, 1997, P 60.

<sup>2</sup> AKTOUF Omar, Ibid., P 27.

<sup>3</sup> QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc Van, Manuel de recherche en science sociales, 2<sup>e</sup> Éd., Paris, P 232.

- Les données personnelles des enquêtés
- L'intention entrepreneuriale
- Les motivations relatives à l'intention entrepreneuriale
- Le modèle d'affaires privilégié
- L'accessibilité aux ressources et l'intention entrepreneuriale
- Le profil entrepreneurial et l'intention d'entreprendre
- La perspective

Après avoir recueillis les données nécessaires à la vérification de nos hypothèses nous avons procédé à :

L'analyse de contenu est définie comme technique indirecte d'investigation scientifique utilisée sur des productions écrites, provenant d'individus ou de groupes, dont le contenu ne se présente pas sous forme chiffrée, qui permet de faire un prélèvement quantitatif ou qualitatif en vue d'expliquer, de comprendre et de comparer<sup>1</sup>.

Après avoir fini l'enquête sur le terrain et la collecte des informations en relation avec notre thème de la recherche par le moyen de l'entretien auprès des étudiants de fin de la formation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale, on a passé à l'analyse de contenu des réponses formulées par les enquêtés.

Ensuite, nous avons procédé à la thématisation et cela par la délimitation des thèmes. Après avoir rassemblé toutes les informations liées à notre thème de recherche auprès des étudiants de fin de formation de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale, nous avons procédé à l'analyse thématique qui consiste à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et subsidiairement à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus<sup>2</sup>.

Parmi les thèmes pertinents de notre étude, on peut citer :

- L'idée ou un projet d'entreprise
- La source d'idée de la création d'un projet d'entreprise
- Les motivations relatives à l'intention entrepreneuriale

---

<sup>1</sup> ANGERS Maurice, Op-cit. P157.

<sup>2</sup> PAILLE P., MUCHELLI A., Analyse qualitative en sciences humaines et sociales, édition Armand Colin, Paris, 2003, P 124.

- L'impact de la famille et l'entourage sur l'intention entrepreneuriale
- Les caractéristiques relatives à l'intention entrepreneuriale
- Les modèles d'affaires privilégiés
- L'idée de l'accessibilité aux ressources à entreprendre
- L'avis sur le conseil des organes d'aide à la création d'entreprise
- L'attitude sur les obstacles qu'empêche la concrétisation de projet
- Le profil entrepreneurial et l'intention d'entreprendre
- Les propositions d'aide à l'entrepreneuriat des étudiants

### 8. L'échantillon

Au cours de notre enquête de terrain, on a pu réaliser 10 entretiens individuels avec les étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC au sein de l'université de Bejaia qui sont inscrits dans différentes spécialités.

Cette enquête s'est déroulée à l'université et aux résidences universitaires suite à la indisponibilité des enquêtés, dans des conditions acceptables, durant une période de deux semaines soit du 04 au 18 mai 2014. D'une durée de 30 minutes à une heure pour chaque entretien, nous avons aussi opté pour la prise de note afin de recueillir toutes les informations, ce qui nous facilitera par la suite l'analyse du contenu.

Vu l'objectif de notre recherche qui ne vise pas la généralisation des résultats, nous avons procédé à une méthode d'échantillonnage non probabiliste. A cet effet, le choix des étudiants de notre population d'étude s'est effectué à l'aide des premiers étudiants interrogés qui nous ont orienté vers d'autres étudiants c'est ce qu'on appelle la technique de boule de neige.

Selon **Angers Maurice**, la technique **boule de neige** c'est un procédé non probabiliste d'échantillonnage aidé d'un premier noyau d'individus de la population qui nous conduisent à d'autres éléments qui font de même et ainsi de suite<sup>1</sup>.

Il est à signaler que nous avons arrêté au nombre de 10 vue la saturation d'informations et leurs redondance.

---

<sup>1</sup> ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Éd. Casbah, Algérie, 1997, P 240.

# Chapitre II : Genèse et Fondements de l'entrepreneuriat

**Préambule :**

Dans ce chapitre, nous présenterons en premier lieu comme première section un aperçu sur l'histoire et évolution de l'entrepreneuriat, dont nous allons aborder d'une manière générale de différentes approches qu'ont traité de ce phénomène. En deuxième lieu, nous allons présenter comme une seconde section l'histoire et l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie, car notre recherche se focalise sur le contexte algérien. Et finalement, nous allons parler dans la troisième section de la PME en Algérie qui a connu un développement remarquable à partir de la fin des années 80.

**Section 1 : Histoire et évolution de l'entrepreneuriat****1.1- Historique de l'entrepreneuriat**

Dans l'histoire du capitalisme, les entrepreneurs sont souvent comblés le vœu d'Alphonse allais, en mettant les usines à la compagnie, les villes s'identifiant dans le site ou le district industriel<sup>1</sup>. Au 19e siècle, des fabriques s'implantent près des gisements de minerai, bois en abondance, pour une exploitation, parlant ainsi d'une manufacturière. À côté, des maîtres de forges, des historiens et écrivains décrivent des sagas familiales dans la petite industrie. Au cours de la deuxième phase du capitalisme industriel, un développement considérable de l'artisanat et des corporations dans des villes pour se sortir de l'autoconsommation villageoise et d'entrer dans une économie de production et de distribution des biens de consommation standardisés, une économie d'agglomération basée sur des relations avec des classes salariales et citadines boutées hors du milieu rural.

Au cours des années 60-80, c'est l'implantation des unités industrielles déconcentrer, appartenant à des groupes industriels en voie de forte centralisation, et une politique industrielle territoriale basée sur l'urbanisation moderniste et oppose un nécessaire exode rural comme les enclosures en Angleterre.

Au cours des années 80-90, une tendance politique, et une régionalisation pour, favoriser la diversification des tailles des villes par une politique municipale (communauté des communes), en matière de développement économique et d'aides à l'entrepreneuriat.

---

<sup>1</sup> VERSTRAETE Thierry, histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat, Éd. Ems management et société, Paris, 2000, P.263.

Cette diversité, voire cette hétérogénéité, facteur de complexité, n'est pas sans lien avec l'éclatement de l'entrepreneuriat<sup>1</sup>.

## **1.2- La trilogie de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat**

À ce jour, on peut schématiser l'évolution de la recherche en entrepreneuriat selon trois grands courants de pensée. Jusqu'à la fin de la décennie 1980, tout comme L'entrepreneur depuis deux siècles et demi, la recherche a connu essentiellement deux approches : descriptive et fonctionnelle. Globalement, la première voulait répondre à la question « Qui est... ? » La seconde tentait de répondre à la question « Que faits... ? » La décennie 1990 a vu naître une approche qui tient compte du dynamisme du processus et du phénomène entrepreneurial. Cette approche s'intéresse davantage au « Pourquoi... ? » Et au « Comment... ? » Chronologiquement, nous présentons l'évolution des recherches en entrepreneuriat en distinguant trois approches : descriptive, comportementale et processuelle.

### **1.2.1. L'approche descriptive ou Économiste :**

Cette approche a pris forme dans les premiers écrits des théories économiques et s'est quelque peu atténuée depuis la fin de la décennie 1970. En analysant le rôle que joue l'entrepreneur dans la croissance économique, en définissant l'entrepreneur par ses fonctions économiques et sociales et en le décrivant par ses caractéristiques, l'économie a concentré l'essentiel de la recherche en entrepreneuriat. Cette dernière peut se résumer essentiellement en des essais de définition de l'entrepreneur, du manager ou du propriétaire-dirigeant chaque grand courant de pensée, selon les changements socioéconomiques, insiste sur des caractéristiques et des fonctions entrepreneuriales spécifiques.

L'entrepreneuriat a été donc identifié par les économistes comme une construction utile pour mieux comprendre le développement économique. Cependant, H. LEIBENSTEIN conclut qu'il n'est pas possible d'établir un modèle complet et détaillé du développement économique en relation avec l'entrepreneuriat. Il va même jusqu'à écrire que la théorie de la concurrence donne l'impression qu'il n'y a nul besoin en ce domaine. Cela résulte, argumente-t-il, du fait que cette théorie cache le rôle vital de l'entrepreneur. W.B. GARTNER, affirme que l'approche descriptive est complémentaire de l'approche comportementale, mais il prévoit plus de perspective pour cette

---

<sup>1</sup> VERSTRAETE Thierry, Op. Cit P.263.

dernière en vue d'expliquer le phénomène entrepreneurial les sciences économiques se trouvaient alors face au problème suivant : une bonne partie de la recherche se situe désormais en dehors d'elle, car il s'agit de découvrir les facteurs comportementaux du phénomène entrepreneurial qui s'inscrivent dans des contextes sociaux, culturels, politiques et économiques particuliers<sup>1</sup>.

### **1.2.2. L'approche comportementale :**

À force de parler de l'entrepreneur, on oublie que la réussite n'est pas uniquement redevable à des qualités personnelles. Celle-ci implique la famille qui lui a donné naissance et la société dans laquelle il puise sa culture. L'initiative individuelle n'est rien sans un contexte social, culturel, économique et politique propice.

M. WEBER est sans doute le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été révélée par la psychologie et plus précisément par les travaux de Mc CLELLAND, au début de la décennie 60 ; cet auteur est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les Entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations) le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui-même trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement et avance l'hypothèse que ce trait psychologique est assez stable. Combiné aux caractéristiques de l'environnement, il prédispose les individus à choisir des carrières entrepreneuriales les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues, elles-mêmes de réels objets d'analyse.

Les causes des actes des entrepreneurs constituent l'intérêt principal de la recherche. Ainsi, des travaux ayant pour origine diverses disciplines des sciences humaines (Gestion, Économie, Psychologie, Sociologie, Anthropologie...) se sont orientés vers l'explication des comportements entrepreneuriaux en liaison avec l'environnement dans lequel ils s'expriment. L'approche comportementale est donc intéressante en ce qu'elle se préoccupe des comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, lesquels s'inscrivent dans un environnement culturel, social, économique et politique. Si

---

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, l'intention entrepreneuriale, Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, Paris, 2003, P.35.

l'approche comportementale doit être abandonnée en soi pour expliquer le phénomène entrepreneurial, nous pensons qu'elle a le mérite d'avoir amorcé l'entrepreneuriat comme champ de recherche à part entière, et ce, en se positionnant à l'intersection de plusieurs disciplines des sciences humaines.<sup>1</sup>

### 1.2.3. L'approche processuelle :

Si l'approche descriptive cherche à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans l'économie et la société, si l'approche comportementale explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les situant dans leurs contextes spécifiques, la démarche processuelle a pour objet d'analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux. Dans un remarquable panorama où nous découvrons des travaux traitant de l'influence des facteurs sociaux, culturels, ethniques, institutionnels et économiques sur la formation de l'événement entrepreneurial, A. SHAPERO et L. SOKOL sont les premiers qui ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils tentent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels.

W.D. BYGRAVE et C.W. HOFER, tout en réfutant les approches descriptive et comportementale, insistent sur le changement dans l'objet de la recherche. À l'instant du management stratégique qui a délaissé les rôles et fonctions du « manager » pour se centrer sur les processus stratégiques de l'organisation, l'entrepreneuriat, au lieu de se focaliser sur les caractéristiques, les fonctions et les innombrables définitions de l'entrepreneur.

C. BRUYAT dans une remarquable entreprise de modélisation s'aperçoit que l'entrepreneuriat « fait référence à un changement ou à quelque chose en train de se faire, à un temps créateur. La dialogique sujet/objet (individu/création de valeur ; pour lui ce qui qualifie un entrepreneur est la création de valeur) s'inscrit dans une dynamique de cette dynamique dans le processus entrepreneurial est soutenue par l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE). Celle-ci définit l'entrepreneuriat comme “Le processus dynamique qui consiste à identifier les possibilités économiques et à les exploiter par la mise au point, la production et la vente de biens et de services”. Changement créatrice “La notion de processus, tout en reposant sur les approches descriptive et comportementale qui font appel à des variables psychologiques, culturelles,

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, Op.cit, P.36.

sociales, politiques et économiques, inscrit donc celles-ci dans une double dimension : dynamique et complexe les interrelations entre les variables influant sur le phénomène supplantent l'importance des variables prises séparément. Les propos suivants présentent des travaux récents qui témoignent de la nécessité de la prise en compte de la dimension processuelle dans le champ de l'entrepreneuriat<sup>1</sup>.

### **1.3. La vue synthétique du champ de recherche en entrepreneuriat.**

La vue synthétique inspirée des travaux de Fillon et Landstrom ; nous présente les principales disciplines qui s'intéressent (ou se sont intéressées) à l'entrepreneuriat et leurs liens avec des objets et des questions de recherche. Elle permet, d'autre part, de visualiser des évolutions et des déplacements d'intérêt au niveau de la recherche. Ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est, d'une part, la réorientation du centre focal, qui s'est déplacé de l'individu vers le processus d'autre part, le passage d'une épistémologie clairement positiviste à des épistémologies plus nuancées s'ancrant parfois dans des courants constructivistes<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, Op.cit, P.39.

<sup>4</sup>Fayolle. À, introduction à l'entrepreneuriat, éd. Dunod, Paris, 2005, P.16.

**Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat**

<b>Question principale</b>	What (approche fonctionnelle)	Who/Why (approche sur les individus)	How (approche sur les processus)
<b>Échelle du temps</b>	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
<b>Domaine scientifique principal</b>	Économie	Psychologie, Sociologie, Psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
<b>Objet d'étude</b>	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, Traits des individus, et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
<b>Paradigme dominant</b>	Positivisme	Positivisme, Sociologie Compréhensive	Constructivisme Positivisme
<b>Méthodologie</b>	Quantitative	Quantitative Qualitative	Quantitative Qualitative
<b>Hypothèse de Base</b>	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
<b>Lien avec demande sociale (qui est intéressé par...)</b>	État, collectivités territoriales, responsables économiques	Entrepreneurs, Entrepreneurs potentiels Système éducatif, Formations	Entreprises, Entrepreneurs, Entrepreneurs potentiels, Éducateurs et formateurs, Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

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

### 1.4. La sociologie économique de l'entrepreneuriat

La sociologie économique montre que les définitions des économistes de certains phénomènes ne sont pas complètes dont ils définissent l'entrepreneur comme une personne qui a une vision transparente, bonne observation . . . etc. Mais quand il essaye de concrétiser son projet il ya l'intervention d'autres structures sociales dans ces actes ce que l'économie ne décrit pas.

Donc on ne peut traiter le phénomène de l'entrepreneuriat sans faire référence ou recours à la sociologie économique, qui vise à approfondir les rapports d'indépendance entre les phénomènes économiques et sociaux. Plusieurs définitions et conceptions faites sur la sociologie économique, on a fait recours aux définitions et aux explications suivantes :

La sociologie économique est fréquemment définie comme le savoir qui étudie la même réalité que 'la science économique', et qui s'en distingue par les concepts utilisés, par l'adoption de vue sociologique.

Pour Philippe Steiner, 'la sociologie économique étudie les faits économiques en apportant l'éclairage donné par l'analyse sociologique c'est-à-dire par des méthodes différentes de celle de la théorie économique comme les enquêtes, les typologies, la méthode comparative, ou plus récemment, l'analyse de réseau. À rebours du mouvement qui porte les sciences sociales à diviser le travail intellectuel, à spécialiser les recherches, la sociologie économique suggère qu'il est nécessaire et utile de faire rencontrer les théories économiques et sociologiques de manière à fournir des meilleures explications des faits économiques que ne le font l'un et l'autre de ces deux savoirs. Lorsqu'on les met en œuvre d'une manière isolée ou pire, contradictoire.

Jean Louis La ville' adopte un point de vue similaire quand il définit la sociologie économique comme : 'la perspective sociologique appliquée aux phénomènes économiques ».

Selon LÉVESQUE, la sociologie économique est inséparable de la sociologie générale dans la mesure où 'le trait caractéristique de la société moderne et de se présenter sous le dehors d'une société économique' de telle sorte que 'la réflexion sur les rapports entre l'économique et le social peut être caractérisée comme la tâche centrale de la sociologie et des sciences sociales', le sociologue suppose que 'le monde social est présent dans chaque action économique', donc il n'existe pas de frontière étanche entre la sociologie générale de l'économie et la sociologie économique.

En d'autres termes, la sociologie économique est un domaine de la sociologie qui cherche à comprendre et expliquer sociologiquement les formes d'économie. L'approche générale consiste à appréhender toute forme d'économie comme étant une forme sociale, le résultat d'une construction d'actions et de relations sociales. On peut dire aussi que l'économie est le procès institutionnalisé d'interaction entre l'homme et son environnement (sa société), cette interaction lui fournissant de façon continue les moyens matériels de satisfaire ses besoins. C'est donc un processus régi par des règles spécifiques à chaque civilisation qui peuvent être classées en système comme :

- Le premier étant la réciprocité.
- La redistribution.
- Et finalement l'économie d'échange.

Au début des années 1970, on assiste à l'apparition de la nouvelle sociologie économique où on trouve les travaux de Mark Granovetter, ce dernier a par exemple proposé une théorie sociologique de l'entreprise et des entrepreneurs directement issus sur les réseaux sociaux et sur l'encastrement de l'activité économique. Granovetter y présente le cadre comparatif d'une interrogation sur le bon niveau d'encastrement (ni atomisation individualiste des agents ni sur socialisation dans des réseaux générateurs de coûteuses obligations) et sur le type de structures sociales propres à favoriser les entreprises. Son analyse fonctionne à la fois comme une clé de compréhension de la réussite de certaines entreprises issues de communautés ethniques minoritaires, mais aussi, par un effet de levier théorique comme une voie vers une théorie capable de rendre compte à travers la notion d'équilibre entre le 'couplage' à un environnement (familial, local, culturel) et le 'découplage' nécessaire au déploiement d'une activité entrepreneuriale, de l'espace productif dans lequel les entreprises grandes et petites articulent leur mode d'existence.

Pour lui, la sociologie était la plus exposée à la tentation de déléguer l'action de ces entrepreneurs à leurs appartenances ethniques ou à des déterminations culturelles. Donc, la sociologie de l'entrepreneur est une économie empirique des manières de faire dans les entreprises et d'y rémunérer les facteurs de production l'entrepreneur étant celui qui, dans des conditions variées dont la sociologie peut chercher à rendre compte, accepte une rémunération non contractuelle en contrepartie du risque pris et de l'incertitude inhérente à ses décisions<sup>1</sup>.

## **Section 2 : Historique et Évolution de l'entrepreneuriat en Algérie**

Melbouci (2008) avait fait une distinction entre deux périodes cruciales marquant l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie. En effet, elle possède en matière de création d'entreprises une expérience particulièrement intéressante qu'elle a acquise tout au long des quatre dernières décennies. Il s'agit d'une expérience intervenue dans un pays qui a hérité à l'indépendance d'un nombre peut significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritables

---

<sup>1</sup> STAENER Phillipe, Op-Cit, P,26.

apprentissages pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui ; cette expérience se déroula en deux assez bien délimitées dans le temps<sup>1</sup> :

### **2.1. L'entrepreneur de l'Algérie indépendante (les décennies 60 à 70)**

Juste après l'indépendance, L'Algérie s'est engagée dans un ambitieux programme de développement visant à assurer la transformation locale des richesses et à accroître leur utilisation à l'intérieur de l'économie. L'objectif principal de la politique de développement suivie est de transformer l'économie algérienne en y implantant une industrie de base, en procédant à des transformations des rapports de propriété au sein de l'agriculture et en maîtrisant le commerce extérieur à l'aide des instruments de l'État.

L'État comme instrument de réalisation et de réussite du projet du développement économique et social se voit confier trois fonctions essentielles : une fonction économique en tant que 'grand entrepreneur' devant mettre en place et conduire une économie étatique moderne ; une fonction sociale redistributive faisant de lui un État-providence et enfin une fonction de socialisation et de disciplinarisation du citoyen et de la société.

Pendant toute la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'État a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et employeur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création, mais aussi de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'état a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de leur gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations répétées d'assainissement financier prises en charge par le trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique.

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme 'un profiteur' et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (charte nationale de 1976). Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'état algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'État. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne.

Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement

---

<sup>1</sup> Melbouci. L, 'le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien', communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, octobre, 2008.

spécifique : marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'État, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

## **2.2. Les décennies 80-90 : L'essor de l'entreprise privée**

Début des années 80, le processus de désengagement de l'état a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction.

La loi de 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer davantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations. Toutefois, vu les événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique ; elle se lance, à la fin des années 1980, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérien.

## **2.3. L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché**

La décennie 1990 marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'État, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation : libération des prix (loi 90-01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation (salariés — employeurs), abolition du monopole sur le commerce extérieur, ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés (ordonnance 95-22 du 26 août 1995, ordonnance 97 -12 du 19 mars 1997) et création d'un marché financier en 1996.

D'un autre côté, l'État a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, banque mondiale...) d'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit et en diminuant la bureaucratie qui pèse lourdement sur son développement. Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire garantit plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs en prenant soin de les orienter vers une dynamique beaucoup plus productiviste que spéculative. L'État vise l'entrepreneur comme acteur principal

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

À titre d'exemple, l'État a adopté en 2003 une action pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat. Dans cette phase de transition, l'État algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI) qui, grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise<sup>1</sup>.

Avec la montée du chômage plus récemment surtout les jeunes moins de 30 ans (qui représentent près de 70 % de la population) a suscité la création d'aides financières incitatives à la création d'entreprises développées en leur direction dans le cadre de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ). Il reste à signaler qu'il existe un décalage entre les textes et lois réglementaires encourageant la liberté d'entreprendre et leur mise en œuvre.

#### **2.4. Les facteurs explicatifs de la privatisation en Algérie**

Les réformes n'ont pas eu un impact concret sur le comportement des entreprises publiques, mais suite à une combinaison de nombreux facteurs et aux encouragements de la FMI et la banque mondiale, à partir de la fin des années quatre-vingt, l'état décide d'introduire des réformes structurelles de son économie et adopter le principe de la privatisation. Parmi les facteurs explicatifs de l'adoption de ce principe :

- L'inefficacité décevante d'un important secteur public qui a coûté des dizaines de milliards de dinars, sur laquelle toute la stratégie nationale du développement économique et social a été bâtie.
- Le choc pétrolier de 1986 qui représente la principale source de financement extérieur de l'industrialisation.
- La crise de l'endettement qui a consacré la faillite du système.
- Le courant libéral avec sa conception du rôle économique de l'état ;
- La croissance démographique très élevée ; il ne fut plus possible à l'état de satisfaire les nouvelles aspirations d'une jeunesse de plus en plus critique à l'égard du pouvoir<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> APSI, Agence pour la Promotion et Soutien à l'Investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement.

<sup>2</sup> SADI. N-E, la privatisation des entreprises publiques en Algérie, Ed OPU, Algérie, 2005, P 24.

## 2.5. Typologie et caractéristiques de l'entrepreneur algérien

L'enquête menée par 'Anne Gillet' et 'Mohamed Madaoui' en Algérie a pour but de connaître les conditions de l'entrepreneur en Algérie, ses trajectoires socioprofessionnelles, ses capacités de création, sa dynamique d'évolution, ses ressources et ses contraintes qui sont étroitement articulées aux modèles de développement de la société, pour Anne Gillet, 'la société entreprise et entrepreneur s'influencent mutuellement et forment un système aboutissant à un type spécifique de processus entrepreneurial'.

Après les diverses mutations qu'a connues l'entreprise algérienne spécifiquement celle de libération de l'économie en 1990 déclenche un important mouvement de création de PME où l'entrepreneur en Algérie a changé de conception, cela après avoir été le chef dans la grande entreprise publique.

Anne Gillet, présume deux types d'entrepreneurs 'Nouveaux' et 'Anciens' où le niveau de la formation initiale est élevé chez le nouveau 'les nouveaux sont observés, les entrepreneurs ayant eu un parcours de cadre d'entreprise dans le secteur public, avec pour la plupart une formation égale ou supérieure au baccalauréat dans des secteurs techniques.

Les jeunes entrepreneurs héritiers issus des familles d'entrepreneurs, dont des niveaux de formation initiale élevés, celle par l'influence des parents et l'importance de la formation pour leurs parcours d'entreprendre dans l'entreprise paternelle. Pour les 'anciens' entrepreneurs dont le niveau de formation initial est moins élevé (niveaux primaires, collège), le niveau et le type de formation initiale pour les entrepreneurs ayant eu un parcours d'immigré sont variés.

### 2.4.1- Les typologies d'entrepreneurs en Algérie

L'enquête menée en Algérie auprès d'une vingtaine d'entrepreneurs et de quelques cadres au printemps 2002 par Anne Gillet à Alger et en Kabylie où les entrepreneurs et les entreprises de cette recherche représentent les caractéristiques représentatives de la situation nationale des PME en Algérie.

Cette recherche a permis de dégager cinq types d'entrepreneurs algériens :

- Entrepreneurs Cadres ;
- Entrepreneurs immigrants ;
- Entrepreneurs Héritiers ;
- Entrepreneurs de Tradition entrepreneuriale ;

- Entrepreneurs ouvriers<sup>1</sup>.

#### **2.4.1.1. Entrepreneurs Cadre du secteur public :**

Ce sont des anciens cadres des entreprises publiques, l'expérience qu'ils ont acquise dans le secteur public représente pour eux un avantage de subir plusieurs formations et de bénéficier ainsi d'un capital social nécessaire dans les démarches administratives pour créer leurs propres entreprises.

Le désir de mettre a profil leurs expériences dans le secteur privé, la revanche pour la pauvreté et la volonté d'assurer un avenir meilleur tant pour eux même que pour leurs descendances, était la force motrice de création d'une entreprise privée.

#### **2.4.1.2- L'entrepreneur migrant**

Cette tradition migrante est fortement présente dans la région de Kabylie. Ces entrepreneurs ont migré, jeunes en France et ils sont revenus après une période d'immigration relativement longue. Leur retour s'est fait au début des années 80, cette période correspond aux lois de 1982 relatives à l'investissement privé, ayant eu l'idée de créer une entreprise privée, ils ont eu en France une longue expérience professionnelle dans diverses activités notamment commerciales. Ils considèrent ces expériences comme grande aide à la création d'entreprise : savoir se débrouiller seul, se former, être rigoureux et discipliné dans la vie et dans les affaires. C'est dans le registre de l'opportunité que sont explicitées les raisons de rentrer en Algérie.

#### **2.4.1.3- L'entrepreneur héritier**

Trois sous-groupes caractérisent ces héritiers : en premier lieu, des jeunes patrons d'anciennes PME âges entre 25 et 30 ans qui ont pris la relève de l'entreprise familiale. Sur la base de leurs niveaux d'instruction universitaire, ces entrepreneurs ont introduit des nouvelles techniques de gestion de leurs entreprises.

En second lieu, des patrons de PME âges de 40 à 50 ans et qui ont héritier du métier du père au sein de l'entreprise, ayant un niveau d'instruction peu élevé primaire au collège, et qui travaille avec des salaries de la famille proche ou bien du même village.

---

<sup>1</sup> Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne Entreprise, et de la promotion de l'investissement, bulletin d'information, statistique n° 17, 1ere semestre 2010.

Enfin, la troisième sous catégorie est les jeunes entrepreneures qui ont pu créer des entreprises à la fin des années 90 par le soutien du père qui est lui-même entrepreneurs. Ces entrepreneurs ont acquis le savoir-faire et l'expérience du père dans la connaissance du marché économique, pour s'en servir comme moyen de création d'entreprise.

#### **2.4.1.4- L'entrepreneur de tradition entrepreneuriale**

Une catégorie d'entrepreneurs âgés de 50 ans, avec un niveau d'instruction faible primaire ou collège, chez ces entrepreneurs il existe une forte tradition familiale commerciale, leurs buts est de répondre aux besoins des membres de la famille proche qui cherche à travailler. C'est des entrepreneurs qui ne veulent pas dépendre des autres au de l'État et qui portent d'aides à leurs villages afin de contribuer au développement de ces derniers.

#### **2.4.1.5- L'entrepreneur ouvrier**

Des entrepreneurs qui ont un niveau d'instruction peu élevé, ayant travaillé longtemps comme ouvriers et avaient la chance de créer des entreprises relatives à leurs métiers. Leur création de l'entreprise a souvent été une alternative à la perte d'un emploi ou un moyen de se prémunir contre un risque futur de chômage. Durant la période de la planification centrale, l'économie algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme étatique très élevé. La grande entreprise publique occupait une place importante dans la stratégie du développement. Les plans de développement étaient planifiés par l'administration centrale (ministère de la Planification). Cette représentation de l'industrialisation du haut vers le bas s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale favorisant des entreprises à très faible productivité, assistées par la rente pétrolière.

Les réformes qui ont été amorcées en Algérie depuis les années quatre-vingt, l'on conduit progressivement à changer la politique économique qui sera désormais fondée sur les forces du marché. Cette nouvelle politique a reconnu pour les entreprises privées le rôle important à jouer dans le développement local et national, à la fin des années 80 et au début des années 90 ce qui a permis l'émergence de secteur des PME<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne Entreprise, et de la promotion de l'investissement, bulletin d'information, statistique n° 17, 1ere semestre 2010.

## 2.6. L'intérêt pour la petite entreprise en Algérie

La période allant de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, le petit entrepreneur ou l'artisan de la période coloniale va céder brutalement la place au manager comme figure emblématique de la grande organisation industrielle, centralisée et bureaucratisée. Désigné par décret présidentiel, le manager ou le PDG de la grande entreprise publique est fasciné par deux choses : le gigantisme industriel et le pouvoir. Il met toute son énergie à développer l'entreprise non pas dans un souci de rationalisation de l'organisation du travail, mais dans l'objectif d'asseoir son pouvoir et élargir ses réseaux clientéliste. Peu importe si l'entreprise est rentable ou pas. Les restructurations économiques du secteur public devront mettre un terme aux privilèges et aux pratiques des managers qui doivent désormais rendre compte de leur gestion. Mais le manque de souplesse de la grande organisation, du fait de son gigantisme et de sa dérive technocratique, bureaucratique et clientéliste, fait qu'elle a du mal à s'adapter aux aléas économiques. Cet intérêt récent des pouvoirs publics en Algérie pour l'entrepreneur qu'on ne cesse de présenter comme le nouveau héros d'une économie en transformation, une sorte de modèle sociale pour des populations en quête de promotion sociale, se comprend mieux. L'assouplissement de la législation qui a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19 juillet 1988 qui a libéré le plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux.

De ce fait, le nombre des PME/PMI privées est passé à 19843 entreprises. L'autorisation aux investissements étrangers a été mise en place à partir de 1990 par la loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, puis avec le décret n° 91-37 de la 19/02/1991, portant libération du commerce extérieur, le nombre des entreprises privées a atteint 22 382 entreprises en 1992.

L'année d'après d'autres mesures d'encouragement et d'appui aux PME/PMI par la création de plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement, et jusqu'à 2002 en dénombre 188 564 PME/PMI qui emploient 731 082. Aujourd'hui, la création de la TPE/PME/PMI occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien, ce qui explique un phénomène démographique important dépassant la barre de 606 737 entreprises en 2010<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne Entreprise, et de la promotion de l'investissement, bulletin d'information, statistique n° 17, 1ere semestre 2010.

**Section 3 : La PME en Algérie**

Constatant le recul et l'inefficacité de l'entreprise publique suite à la médiocrité de la production et l'inaptitude de satisfaire les demandeurs d'emplois (l'augmentation du chômage), ce qui a influencé négativement l'économie nationale. L'État algérien se lance dans la libéralisation des marchés, l'encouragement de l'initiative privée, et la privatisation. Cette fois, la stratégie de développement est basée sur la promotion de l'entrepreneuriat privée par la multiplication des PME/TPE.

En Algérie, les PME jouent un rôle fondamental dans le processus de développement économique. Elles sont considérées comme l'un des principaux créateurs d'emplois durables et contributeurs à l'augmentation de la valeur ajoutée. L'ouverture économique amorcée dès le début de la décennie 90 est le facteur principal de développement des entreprises privées, avec l'ensemble des dispositifs relatifs à la création d'entreprises.

**3.1. L'évolution des petites entreprises en Algérie**

La date de 1988 pour l'économie algérienne, constitue la période de transition vers une économie de marché, ce changement l'a conduit à établir des relations avec des institutions internationales telles que le Fonds Monétaire international (FMI) et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de ses dettes et pour pouvoir appliquer un régime de politiques monétaires, financières et commerciales, qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, une procédure qui a contribué au lancement et au développement des PME/PMI.

L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et des réformes de redressement économique, tel le nouveau code de la promotion de l'investissement promulgué le 05/10/1993, ce code a eu pour but :

- La promotion de l'investissement ;
- L'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers ;
- Réduction des délais d'études des dossiers ;
- Remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir.

Les résultats satisfaisants ont poussé l'État à promulguer en 2001, l'ordonnance relative au développement de l'investissement (ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME/PMI

(Loi N° 01/18/du 12/12/2001). Cette procédure a fixé des mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise, ainsi que la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME/PMI, la création du Conseil National de l'Investissement (CNI), et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés.

À partir de 2000, le poids de la PME/PMI a nettement augmenté, le nombre à plus que doublé, et la densité à presque quadruplé. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME/PMI ont été créées entre 2001/2007, suite à la loi d'orientation sur les PME de 2001, soit 212120 entreprises. À la fin de 2010 le nombre des PME/PMI privées a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 398788 entreprises, alors qu'au début de 2003 elles étaient à 207949 entreprises. Contrairement au nombre des PME/PMI publiques qui a enregistré une diminution de 228, en 07 années. Par contre, le total des artisans durant 07 années, a connu une augmentation nette et a passé de 79850 entreprises à la fin de 2009<sup>1</sup>.

En matière de densité, le secteur enregistre un taux de dix PME/PMI pour mille habitants (10/1000), un taux qui reste très loin des normes internationales ou le taux le plus faible est de l'ordre de quarante-cinq PME/PMI pour mille habitants (45/1000). Des statistiques plus détaillées sur l'évolution du secteur PME/PMI sont mentionnées dans le tableau suivant :

### Évolution des PME/PMI en Algérie durant 2003/2010

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Privées	207.949	225.449	245.842	269.806	293.946	392.013	408.155	606.737
Publiques	788	788	874	739	666	626	598	560
Artisans	79.850	86.732	96.072	106.222	116.347	126.887	162.085	-----
Total	288.587	312.959	342.788	376.767	410.959	519.526	570.838	607.297

**Source :** Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'Industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

### 3.2. Quelques dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie :

Ces dernières années, le cadre de la création d'entreprise en général et celui de la PME en particulier s'est enrichi d'un certain nombre de législations et

<sup>1</sup> Ministère de la petite et Moyenne Entreprise, et de l'Artisanat, bulletin d'information, statistiques n° 15, 1<sup>er</sup> semestre 2009.

institutions ayant pour objectif de soutenir et d'encadrer la PME. L'objectif est de présenter les dispositifs publics d'aides à la création d'entreprise en Algérie.

### **3.2.1. L'ANDI et le Guichet unique Décentralisé :**

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n° 01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement. 'C'est un établissement public à caractère administratif pour fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers. Elle est sous la tutelle des services du chef de gouvernement'.<sup>1</sup>

Le but principal du guichet unique est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique, l'investisseur a comme interlocuteur unique le représentant de l'ANDI, qui l'assiste en lui donnant toutes les informations nécessaires, vérifie les dossiers et les envoie aux services concernés.

L'ANDI est chargé de missions suivantes :

— de la promotion, le développement et la continuation des investissements

- De l'accueil, l'assistance et l'information des investisseurs, nationaux et étrangers ;
- De la concession de bénéfices ;
- De la gestion du Fonds d'appui à l'investissement.

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

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

Mise en place en 1997 après l'échec du dispositif d'insertion professionnel de jeunes, et cela, en application des dispositions de l'article de l'ordonnance n° 96-14 du 24 juin 1996.

Elle intervient dans le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise par des jeunes (19 à 35ans), pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions DA.

---

<sup>1</sup> Évaluation des capacités de promotion des investissements de l'agence National de Développement de l'investissement (2005), Rapport de la conférence des Nations Unies sur le commerce et le Développement, Genève.

La mission de l'ANSEJ est de favoriser la création des activités de biens et services par les jeunes promoteurs et d'encourager toutes formes d'actions et des mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes. Ils peuvent présenter des demandes de soutien pour la création de micro entreprises à l'ANSEJ, les jeunes qui ont entre 19 et 35 ans et qui sont chômeurs au moment du dépôt du dossier.

Devenu opérationnel depuis le deuxième semestre 1997, le dispositif de soutien à l'emploi des Jeunes constitue une des solutions appropriées au traitement de la question du chômage durant cette phase de transition vers l'économie de marché.

— **Les missions d'ANSEJ :**

En vertu de ses statuts, l'ANSEJ a pour missions de soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes chômeurs porteurs de projets durant toutes les phases jalonnant le processus de création de leurs micro-entreprises. Elle assure également, le suivi des investissements réalisés.

Ces missions se résumant de manières suivantes :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;
- Gérer les dotations du FNSEJ, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes prévues ;
- Notifier aux jeunes promoteurs dont les projets sont éligibles aux crédits des banques et établissements financiers, les différentes aides du FNSEJ et autres avantages qu'ils ont obtenus ;
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré embauche<sup>1</sup>.

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

**3.2.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :**

---

<sup>1</sup> Actes des Assises nationales de la PME, Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, 2004.

La caisse vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 35 et 50 ans, qui investissent dans des activités industrielles et/ou des services. Sauf la revente en l'état, pour des montants d'investissement pouvant atteindre 5 millions DA. Il inclut un système de prêts (prêt initial à taux 0 et prêts à taux bonifié), un fonds de caution mutuelle couvrant 70 % du crédit consenti par la banque, et un accompagnement ; le dispositif est encadré par une réglementation particulière.

Le financement du projet est constitué de :

- L'apport personnel du chômeur-promoteur
- Le prêt non rémunéré de la CNAC le montant varié selon le niveau d'investissement ;
- Le crédit bancaire dont une partie des intérêts est bonifié par la CNAC, garanti par le FCMG à hauteur de 70 %<sup>1</sup>.

Le financement est structuré en deux niveaux différents selon le seuil de l'investissement :

**Niveau 1 :** avec un court d'investissement inférieur ou égal à 2 millions DA repartis en trois : 5 % comme apport personnel, 25 % un prêt non rémunéré et 70 % de crédit bancaire.

**Niveau 2 :** le coût de l'investissement varié de 2 millions de DA repartis en : 70 % est un prêt bancaire, l'apport personnel diffère selon la localisation 8 % en zones spécifiques et 10 % pour les autres zones. De même pour les prêts non rémunérés de la CNAC avec 22 % pour les zones spécifiques et 20 % pour les autres zones.

La caisse assure également les tâches suivantes :

- Propose un crédit sans intérêt entre deux (02) et cinq (05) millions de Dinars ;
- Accompagnement personnel aux porteurs de projets ;
- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;

---

<sup>1</sup> Fond de Caution mutuelle de Garantie (FCMG), créée dans le but de faciliter l'accès aux crédits bancaires pour les promoteurs n'ayant pas de garanties suffisantes à proposer à la banque.

— Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur l'acquisition immobilière effectuée dans le cadre de la création de l'activité ;

— Application du taux réduit de 5 % en matière de droits de douane pour les biens d'équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

### **3.2.4. L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :**

Elle a été créée par la décision du conseil de gouvernement du 16 décembre 2003 qui a adopté le décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004, l'ANGEM est un organisme à caractère spécifique qui a pour mission de :

- Créer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur ;
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités ;
- Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leur sont accordées ;
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses de cahiers de charges qui les tient à l'agence ;
- Assister les bénéficiaires du micro crédits, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

Elle vise notamment, pour des montants de crédit de 50.000 à 400.000 DA. elle a repris le portefeuille de crédits octroyés par l'Agence de Développement social (ADS), les microcrédits de l'ANGEM (inférieurs à 30.000 DA) sont décaissés directement par l'Agence depuis avril 2005. Pour les montants plus importants, transitant par les banques, des conventions sont signées avec quelques banques publiques.

**L'ANGEM propose trois formes de financements :** le financement de la matière première ; le financement mixte ; le financement triangulaire.

L'environnement législatif ainsi très succinctement résumé a consacré, depuis la promulgation du code des investissements en 1993, beaucoup de principes et d'avantages qui devaient selon leurs concepteurs ouvrir de larges perspectives en matière d'investissement et de création d'entreprises. Concrètement, les efforts de promotion de la création d'entreprises depuis plus d'une décennie, dans le cadre de l'APSI, ANSEJ, et des CALPI, n'ont manifestement pas abouti à des résultats satisfaisants.

L'examen des bilans des dispositifs de l'APSI et des CALPI (puis de l'ANDI) à l'échelle des wilayas, et à titre indicatif celui de l'ANSEJ, ce dernier dispositif intéressant surtout les micro-entreprises l'atteste amplement.

Concernant la répartition spatiale des projets d'investissements, on relève une concentration des projets autour des grands centres urbains. Le choix de la localisation des projets d'investissement reste subordonné à la disponibilité des infrastructures et à la proximité des centres d'intérêt, notamment au niveau des wilayas du nord<sup>1</sup>. Alger concentre à elle seule 21 % des projets totaux *'Cette répartition déséquilibrée est particulière dangereuse pour le développement régional qui a été l'une des forces de l'organisation économique développée dans le passé. Au plan de l'aménagement du territoire, la PME représente un vecteur efficace pour favoriser une occupation rationnelle du territoire national par les activités et les populations'*.<sup>2</sup>

### 3.3. Rôle des PME en Algérie

En Algérie les PME jouent un rôle très crucial et cela malgré que les buts envisagés ne sont pas encore atteints. En dehors des hydrocarbures, elles constituent l'une des principales sources de croissances, de création d'emplois, et au développement économique par :

- La création d'emplois ;
- La création de la valeur ajoutée ;
- La participation à la distribution des revenus.

#### 3.3.1. La création d'emploi :

La tendance constatée ces dernières années dans l'évolution du taux de chômage en Algérie continue à s'inscrire globalement à la baisse, en raison de la contribution du secteur PME/PMI à créer de l'emploi, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans. Ainsi, les données des taux de chômage en Algérie ont connus un déclin durant les deux années successives 2005/2006 de 15.3 % à 12.3 %, par contre ce taux a enregistré une légère augmentation de 1.5 % en 2007<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012, P-133.

<sup>2</sup> FIRLAS Mohammed, *Ibid.*, P 133.

<sup>3</sup> Nations Unies, commission économique pour l'Afrique, Bureau pour l'Afrique du Nord, XXIIIe réunion du comité intergouvernemental d'experts (CIE), Rabat (Maroc), 10-13 mars 2008. In Samia Gharbi. P. 08.

La dynamique économique est due principalement à des investissements dans le domaine de l'industrie, il se trouve devant plusieurs contraintes à savoir le manque de ressources financières, coûts élevés, centralisation de l'industrie, etc. Pour surmonter ces difficultés, il est judicieux de créer des petites filiales liées aux grandes entreprises, et faire appel à la sous-traitance, cette opération permettra de construire plusieurs unités pouvant répondre à la demande progressive de l'emploi, en créant des postes permanents à moindre coût.

L'Algérie comme beaucoup d'autres pays, ont pris conscience de l'importance des PME/PMI et son apport important pour l'emploi, et ont réalisé des parts considérables sur ce plan comme le montre le tableau suivant :

### Évolution des emplois PME/PMI en Algérie pendant 2004/2010

Entreprises	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Privées	255449	245842	269806	293946	392013	408155	606737
Publiques	778	874	739	666	626	598	560
Artisans	86732	96072	106222	116347	126887	162085	-----
<b>Total</b>	312959	342788	376767	410959	519526	570838	607297

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'Industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, 2010.

Les chiffres présentés dans le tableau montrent clairement une hausse remarquable et une croissance des postes d'emplois générés par le secteur privé, et les artisans, contrairement au secteur public qui a enregistré tout au long de la période 2004/2010 une particulière diminution, dû en premier lieu à la privatisation dictée par la loi de l'économie de marché.

### 3.3.2. La contribution de la PME au produit intérieur brut (PIB) :

La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes. En 1994, la valeur ajoutée du secteur public était de 617.4 milliards de dinars représentant 53.5 % du total national, alors que celle dégagée par le secteur privé avec 1178 milliards de dinars soit 46.5 % du total national.

À partir de 1998, les parts respectives se sont inversées faisant passer en tête le secteur privé avec 1178 milliards de dinars soit 53.6 % et 1019.8

milliards de dinars soit 46.4 % pour le secteur public. Par ailleurs, il est à noter que plus de 65 % de la valeur ajoutée et de l'emploi des pays développés provient des PME/PMI. Une politique économique en vue de la constitution, de la promotion et des redéploiements des PME/PMI est incontournable dès lorsque l'on aspire au développement.

Selon les données publiées par l'office national des statistiques le secteur privé a contribué au cours de l'année 2009 à concurrence de 53,6 % au PIB, hydrocarbures compris. Hors hydrocarbures, cette contribution représente 73,7 %, les entreprises privées dominant principalement dans l'agriculture, le commerce et le BTP et les services en général<sup>1</sup>.

### **3.3.3. Distribution des revenus :**

Il ya eu de signaler que la contribution des PME dans l'économie nationale à une place prépondérante surtout dans les échanges. Et presque les deux tiers des échanges économiques et commerciaux de la France avec l'Algérie, 70 % exactement sont assurées par la petite et moyenne entreprise.

La valeur ajoutée crée par chaque PME/PMI recouvre l'ensemble des rémunérations des services qui ont été rendus au cours du processus de production et au fonctionnement des administrations. La valeur ajoutée servira à :

- Rémunérer les services, force de travail, capital, moyens financiers (il s'agira alors des salariés, de dividendes ou d'intérêts).
- Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts.

Il est claire donc que l'entreprise quelle que soit sa taille, en créant de la valeur ajoutée et en redistribuant ce surplus sous des formes diverses aux autres agents, remplit un rôle essentiel dans l'activité d'un pays. Il faut aussi préciser que ses fonctions de nature strictement économique ne sont pas les seules que l'on attribue à cette d'entreprise, de plus en plus, et du fait de son importance dans les sociétés modernes, d'autres missions lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles...

## **3.4. Quelques contraintes à la création des entreprises en Algérie**

---

<sup>1</sup> Samia Gharbi. Op.cit. P 09.

L'expérience algérienne dans le domaine des PME a démontré que les obstacles les plus influençables dont souffre ce type d'entreprises sont cités dans les points suivants :

- Difficultés d'accès aux différents moyens de financement, et aux différentes possibilités de crédits et de garanties.
- Difficultés d'accès au foncier en raison de la complexité et de la lourdeur des procédures administratives et par le manque de transparence.
- Pratiques administratives et bureaucratiques lourdes et manque d'organisation.
- Baisse remarquable sur le plan d'encadrement, de suivi, d'accompagnement et de gestion concernant la création des PME.
- Absence de cadre d'échange entre les jeunes entrepreneurs et le faible rôle de la société civile.
- Faible rôle des collectivités locales dans la vie économique des PME<sup>1</sup>.

**Résumé du chapitre :**

L'entrepreneuriat est un phénomène ancien qu'apparu avec l'histoire du capitalisme, et plusieurs recherche ont contribue dans son évolution à partir des années 80. L'entrepreneuriat est aussi un phénomène économique qui s'inscrit dans la sociologie économique, cependant à partir des décennies 60 à 80 ont marqué l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privée en Algérie.

---

<sup>1</sup> Samia Gharbi. Op.cit. P 14.

# Chapitre III : Caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les jeunes.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

### Préambule :

Dans ce chapitre nous allons essayer de parler dans la première section des théories abordant l'entrepreneuriat des jeunes, ensuite à la deuxième section nous allons montrer le différent profil entrepreneuriale, compris celle des jeunes, et aussi leurs intentions entrepreneuriales à travers des modèles théorique ; et en dernière lieu dans la troisième section nous parlons de rôle des politiques publique à l'égard de l'esprit d'entreprise.

### Section 1 : Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes

#### 1.1. L'entrepreneuriat et les jeunes :

Dans la littérature entrepreneuriale sur les jeunes entrepreneurs, plusieurs chercheurs mettent le point sur les handicaps des jeunes entrepreneurs mais peu de travaux donnent des informations en vue de comprendre la situation entrepreneuriale de cette catégorie pour faciliter les actions visant à le promouvoir.

Selon (Fayolle), « *les jeunes ingénieurs sont peu enclins à créer et à reprendre des entreprises* »<sup>1</sup>. Il a aussi montré à travers d'autres enquêtes que chez les jeunes ingénieurs en France il y a qu'un intérêt marginal pour la création d'entreprise du fait des formations souvent inadapté a cet objectif, et aussi de perspectives de rémunérations et de carrières considérées comme tout à fait satisfaisante. Alors, des auteurs suggèrent d'orienter d'avantage les recherches sur les minorités, les femmes, les immigrés et les jeunes... D'autres, plutôt ont suggéré qu'il faut encourager les jeunes à se lancer dans les affaires. La carrière entrepreneuriale doit être considérée comme un choix professionnel. Il est judicieux d'ajouter qu'il n'y a pas beaucoup de recherches sur les jeunes entrepreneurs. De ce fait, il manque d'informations et de compréhension sur les prédispositions entrepreneuriales des jeunes, sur leur processus d'entreprendre ainsi que sur les problèmes qu'ils rencontrent.

Plusieurs autres chercheurs ont aussi postulé que les jeunes ont une forte confiance en eux, ils sont énergétiques et enthousiastes. Ainsi, étudier cette catégorie d'entrepreneur s'avère très pertinent dont la mesure ou il nous permettra de dévoiler la perception et la motivation principale que possèdent les jeunes à l'égard de l'entrepreneuriat. Dès lors, l'émergence de la recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes favorise une mise en place de solutions stratégiques et efficaces pour faire face aux problèmes d'insertion, au chômage et à

---

<sup>1</sup> FAYOLLE. A, «Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs Française» Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Jean Moulin- Lyon3, 1996.

## **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

promouvoir l'esprit d'entreprise<sup>1</sup>. La littérature portant sur l'entrepreneuriat, comme le résume (Bruyat), a révélé que la création d'entreprise s'articule au tour de quatre axes : l'individu, l'entreprise, l'environnement et son processus<sup>1</sup>. Toutefois, le domaine de recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes est très peu développé alors que le nombre de créations par les jeunes devient de plus en plus important.

On ne saurait trop insister sur l'importance de favoriser l'esprit d'entreprise et une culture entrepreneuriale chez les jeunes et de les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrière. Les changements socio-économiques majeurs ont certes eu d'importantes répercussions sur la société en général, mais les jeunes ont été particulièrement touchés. Comme le chômage affecte de plus en plus de jeunes aujourd'hui, il faut non seulement les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme choix de carrière, mais aussi leur fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme.

L'importance de l'entrepreneuriat chez les jeunes a été bien résumée dans un rapport publié par la fondation canadienne de la jeunesse... Dans les options suggérées pour régler le problème du chômage chez les jeunes, les auteurs indiquent que même si l'entrepreneuriat n'est pas la solution, mais il est une façon de commencer à s'occuper des questions sociales et personnelles touchant la jeunesse et le marché du chômage<sup>2</sup>.

### **1.2. Des Modèles processuels de l'entrepreneuriat**

Aujourd'hui, tous les modèles accompagnent la genèse théorique dans la construction processuelle de l'entrepreneuriat. Bien entendu, ils s'appuient sur les approches descriptive et comportementale en les intégrant dans une optique temporelle et complexe. Et nous présentons quelques-uns de ces théories :

#### **1-2.1- La théorie du processus entrepreneurial de Bruyat. C**

La notion de processus a mis du temps pour être reconnue par les chercheurs en entrepreneuriat et ce n'est qu'au début des années 1990 que cette reconnaissance peut être située, en déplaçant les recherches vers le «comment».

---

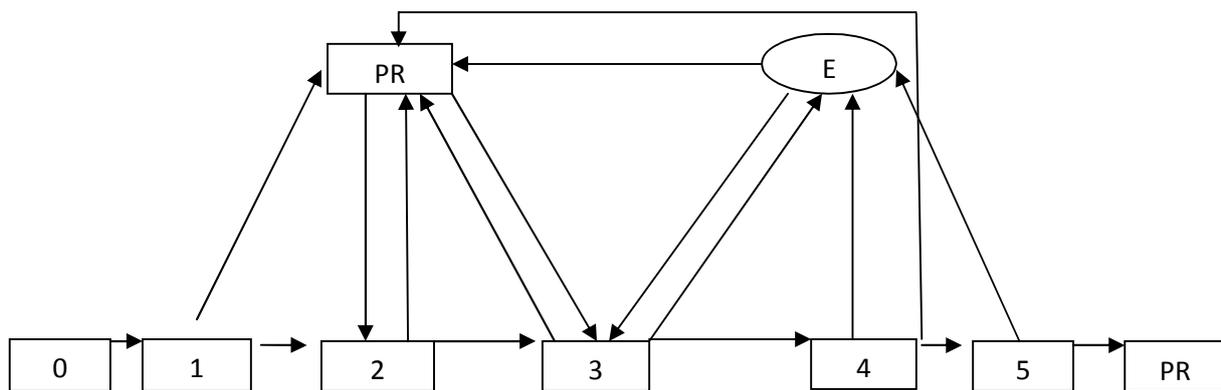
<sup>1</sup> Bruyat. C, «Création des entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation» Thèse pour le Doctorat de sciences de Gestion, ESA- Université de Grenoble II, 1993.

<sup>2</sup> FCEI (Fédération Canadienne De l'Entreprise Indépendante) Perspective d'embauche : les attentes des Jeunes et des PME en matière d'emploi, 2000

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

Un processus entrepreneurial est une vue dynamique de la création d'entreprise. Il correspond à un ensemble de décisions, d'actions et d'orientations, qui sont prises en fonction des perceptions de l'entrepreneur (ou de l'équipe entrepreneuriale) concernant les buts du projet, ses propres motivations, les ressources disponibles et l'état de l'environnement.

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



### Une forme générique du processus de création d'entreprise (C. BRUYAT :

**0)** 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 ;

**1) 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 ;

**2) 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 ;

**3) 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 ;

**4) l'action est lancée :** l'entreprise est créée, commence à produire et à vendre ;

**5) l'action est réalisée :** l'entreprise assure son équilibre d'exploitation, le créateur a apporté la preuve que son projet était viable.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

**PR) «L'action est perçue et refusé»**, Ce refus peut être définitif ou temporaire. L'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.

Pour passer au déclenchement du processus entrepreneurial, l'action de créer doit être perçue comme désirée et possible. De plus, il ajoute que le futur « entrepreneur » considère ses aspirations, ses compétences, ses ressources et son environnement pour se décider à créer.

Selon Fayolle, le déclenchement peut se produire sous l'effet d'un déplacement, sans que l'intention soit élevée. Le déclenchement peut également survenir sous la pression d'une intention très forte, conduisant à une planification des premières opérations telles que la recherche d'une idée ou d'une opportunité.

Mais le modèle ne dit pas ce qui conduit à la perception de la création comme possibilité de carrière (Passage de l'étape 1 à 2) et ce qui permet la formation d'une intention au départ (Passage de l'étape 2 à 3)<sup>1</sup>.

### 1.2.2- La théorie du processus individuel de J.-P. SABOURIN et Y.GASSE

J.-P. SABOURIN et Y. GASSE, constatent qu'il existe une relation positive entre les intentions de démarrage et le potentiel entrepreneurial Les variables qui agissent sur ce dernier se répartissent en trois groupes :

- ✓ **les "antécédents"**, représentent l'ensemble des facteurs personnels et environnementaux qui favorisent l'apparition de prédispositions chez un individu l'environnement dans lequel il évolue facilite ou inhibe son cheminement vers une carrière entrepreneuriale. Ils remarquent par exemple que les élèves ayant des parents travaillant à leur compte ont un plus fort potentiel entrepreneurial comparativement aux autres ;
- ✓ les «prédispositions" sont l'ensemble des caractéristiques psychologiques décelées chez un entrepreneur. Ce sont "**les motivations, les attitudes, les aptitudes et l'intérêt**" qui dans un contexte favorable, interagiront pour se manifester en comportement ;
- ✓ la concrétisation du potentiel entrepreneurial par un projet qui aboutit à un lancement se produit souvent sous l'effet de "déclencheurs" qui sont des facteurs de "discontinuité" et des facteurs "positifs" La présence de

---

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, l'intention entrepreneuriale, Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, Paris, 2003, P-39.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

déclencheurs plus intenses incitera un plus grand nombre d'individus à démarrer une entreprise, et en principe, les individus à fort potentiel entrepreneurial auront besoin d'un déclencheur plus faible<sup>1</sup>.

### 1.2.3- La théorie du processus de création d'entreprise de W.D.BYGRAVE

W.D. BYGRAVE, écrit que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial et qu'il fera une quasi-unanimité dans le monde de la recherche. Le processus entrepreneurial amont appelle des variables : inhérentes à l'individu qu'il répartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée (besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure).

Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création (prise de risque insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement) ; sociologiques qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur, environnementales réparties elles aussi en deux groupes. Le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement (opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité). Le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution (la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat). décrit le processus entrepreneurial par les caractéristiques suivantes :

- l'événement entrepreneurial est une discontinuité ;
- la discontinuité contient aussi bien le prodigieux que le faible progrès ;
- l'événement entrepreneurial est le produit de plusieurs variables ;
- l'événement est déclenché par des changements qui affectent les facteurs qui lui sont antérieurs ;
- les changements sont souvent de faible ampleur et non des progrès majeurs ;
- l'événement entrepreneurial est unique : deux événements ne se ressemblent jamais ;
- le processus est instable. Son évolution est très sensible aux changements mineurs qui affectent les facteurs qui le déclenchent ;
- le processus est holistique. On ne peut analyser l'événement en analysant isolément les variables en jeu.

---

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, Op.cit., P-40.

## **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

Selon W.D. BYGRAVE il est presque impossible de réduire les problèmes à des facteurs qui peuvent être considérés isolément. Il faut éviter, chaque fois que possible, le réductionnisme dans la recherche. Il faut envisager l'approche comme un "tout". Pour comprendre les causes de l'événement entrepreneurial, nous avons besoin de comprendre les changements dans les facteurs antérieurs, qui ont déclenché l'événement. Le plus souvent, les créations d'entreprise, y compris celles qui se sont accompagnées d'innovations importantes, sont déclenchées par une succession de changements relativement faibles dans les variables affectant le processus entrepreneurial.<sup>1</sup>

### **1.2.4- La théorie de la carrière entrepreneuriale**

Malgré le manque d'intégration des recherches sur les carrières et sur le processus d'entrepreneuriat, quelques chercheurs ont tenté de bâtir un cadre théorique intégré pour l'étude de la carrière des entrepreneurs. Ainsi, plusieurs auteurs tels que Gasse et Fayolle proposent. A partir d'une approche centrée sur le courant développementaliste, de compléter les approches traditionnelles par les traits (qualités et caractéristiques personnelles de l'entrepreneur) par l'intégration de variables telles que le niveau d'éducation, l'environnement familial de l'enfance, L'histoire professionnelle, le parcours développemental à l'âge jeune, etc. Un peu plus récemment, cette perspective s'est élargie et elle a donné naissance à un modèle théorique qui repose sur quatre dimensions fortes de l'étude des carrières :

- 1) – la théorie du choix de carrières, explique les facteurs individuels, sociaux, économiques et politico-institutionnels qui influencent le choix d'une carrière entrepreneuriale par un individu ;
- 2) – la théorie de la socialisation, présente les expériences, de l'éducation, professionnelles ou de création antérieures qui préparent l'individu à remplir un rôle professionnel entrepreneurial ;
- 3) – la théorie de l'orientation de carrière explique comment un individu s'oriente vers le rôle d'un entrepreneur ;
- 4) – la théorie de la progression de carrière décrit les différents périodes.

Les deux premières dimensions tendent à identifier les facteurs et les expériences qui pourraient encourager l'esprit d'entreprise des jeunes et à choisir une carrière entrepreneuriale. Les facteurs et les expériences proposés sont les suivants :

---

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, Op.cit., P-41.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

- 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.
- 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 sociale 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.
- 3) – **Les facteurs économiques** : Jouent aussi un rôle dans le choix : l'action de création est lancée soit quand la croissance économique offre des opportunités. Le réseau des ressources dont l'individu dispose peut aussi favoriser la décision de la création.
- 4) – **Les expériences précoces dans la famille, au cours de l'enfance, à l'école ou à l'université ainsi que certaines expériences professionnelles** : peuvent encourager des comportements voire même des carrières. Les cours et les formations spécialisés en entrepreneuriat ont un effet positif ; les expériences professionnelles négatives peuvent conduire l'individu vers la création.

On a supposé que des nouvelles recherches sur la socialisation entrepreneuriale conduiraient probablement à des modèles qui seraient plus prédictifs des comportements entrepreneuriaux que ceux qui ont été fondés uniquement sur des facteurs individuels.

### **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

Si les deux premières dimensions décrivent les facteurs et les expériences qui pourraient influencer le choix de devenir un entrepreneur, la troisième dimension explique comment un individu s'oriente vers l'identité et différents rôles consiste en deux étapes :

- Accepter le rôle général d'un entrepreneur, c'est-à-dire de créer sa propre entreprise et être le propriétaire de cette entreprise ;
- Développer un rôle entrepreneurial spécifique. Plusieurs recherches dans le champ ont montré qu'il existe différents types d'orientations de l'identité et de rôles pendant la carrière d'un entrepreneur ; certains entrepreneurs se focalisent sur le développement technologique, alors que d'autres s'orientent plutôt vers le développement économique. Mais l'étude de l'identité entrepreneuriale des entrepreneurs potentiels est encore rare.

L'identité est la manière dont l'individu fait face à ses propres attentes ou à celle des autres. Elle est construite de manière dynamique, multidimensionnelle et complexe, et se transmet par des socialisations successives ; histoire biographique, parcours scolaire, expériences professionnelles valeurs et représentations collectives, etc. peuvent influencer cette identité. En même temps, la construction progressive de cette identité contribue à orienter l'individu dans son contexte, donne un sens à ses expériences, et fournit des indications pour l'action.

Si l'individu choisit une identité entrepreneuriale, il imagine donc certaines situations entrepreneuriales et y ajuste son comportement. Ceci le fait de passer d'une situation où il se conforme aux attentes des autres, comme le travail et les rôles familiaux, à la création de nouvelle identité. Ce changement exige de la confiance en soi et l'auto-efficacité de l'individu pour qu'il se sente capable d'y arriver.

Quand l'individu s'intègre dans sa carrière, il développe une meilleure connaissance de lui-même, plus claire en termes de capacités, motivations et valeurs ; l'identité entrepreneuriale est ancrée dans les valeurs et les expériences professionnelles, celles liées à l'éducation ainsi que dans les motivations ; elle renforce et fait évoluer l'intention entrepreneuriale selon les circonstances. Des facteurs externes, comme la culture entrepreneuriale selon les circonstances. Des

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

facteurs externes, comme la culture entrepreneuriale ou l'existence de modèle de rôle entrepreneurial, ont une certaine influence sur l'identité entrepreneuriale<sup>1</sup>.

### Section 2 : Les Caractéristiques et l'intention entrepreneuriale en amont

#### 2.1. Les Caractéristiques de l'entrepreneur selon (P.A. Julien et M. Marchesnay)

##### 2.1.1. Les traits de caractère :

Certains traits de caractère de l'entrepreneur relèvent de valeurs ou d'attitudes face à l'environnement socio-économique. L'entrepreneur est considéré comme un individu qui possède des caractéristiques uniques. Parmi les premières caractéristiques que chaque jeune créateur doit avoir, dans le but de créer sa propre entreprise et de devenir un entrepreneur :

**L'indépendance** : ils ont un sens d'autonomie particulièrement poussé, la volonté de créer sa propre entreprise et généralement une motivation personnelle que le futur créateur pourra générer par sa propre personnalité.

**Une forte confiance en eux** : ils sont optimistes, exercent un contrôle sur eux même, développent leur propre objet, tant dans l'entreprise que dans leur vie personnelle.

**La persévérance** : le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps, afin de surmonter les obstacles, la persévérance ne sera que le fruit de ces facultés individuelles, son besoin de réalisation et ses habilités à faire preuve de son existence.

**L'amour de risque** : qui est acquis une fois que la volonté et la confiance en soi même est animé par un ensemble de facteurs toujours personnel mais suffisants pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

**La prise de l'initiative** : elle viendra automatiquement car le jeune créateur est animé par un ensemble de facteurs toujours personnels mais suffisants pour pouvoir prendre la décision de devenir entrepreneur.

---

<sup>1</sup> Reynolds (1991), cité par WANG. Y : «l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs», thèse pour l'obtention de Doctorat en génie industriel, Ecole centrale de Lille, Paris, 2010, P, 27.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

**L'entrepreneur est un opportuniste :** Entreprendre c'est acquérir une place sur le marché et s'insérer entre d'autres firmes pour remporter une affaire et la poursuivre, même aux dépens de la concurrence.

**L'entrepreneur est un organisateur :** veut dire que l'entrepreneur, c'est l'être ingénieux qui sait habilement organiser les ressources nécessairement limitées et identifier les facteurs de production et les ressources utiles. Il faut être capable de réunir les ressources et de les organiser de façon à développer et commercialiser l'innovation.

**L'entrepreneur est un joueur :** qui aime les défis pour les défis, caractérisé aussi par la prise de risque et l'incertitude, l'idée du risque s'explique par la difficulté à bien distinguer l'incertitude du risque. L'entrepreneur n'est jamais sûr de la réussite mais il croit au succès et fait en sorte que cela arrive.

**L'entrepreneur est motivé :** Le défit est donc en soi un des objectifs de l'entrepreneur et dans ce cas, avoir un profit est la preuve de succès, de bon choix et de bonne décision, il existe aussi d'autres objectifs ou motivations de l'entrepreneur comme l'ambition, la nécessité ou l'intérêt de trouver un emploi, d'assurer un revenu ou de l'emploi pour sa famille ou même pour son entourage.<sup>1</sup>

L'entrepreneur donc est celui qui présente ces traits distinctifs et ces caractéristiques particulières. De nombreux chercheurs qui ont essayé d'apporter la démonstration que l'entrepreneur possède des traits que ne détiennent pas les non entrepreneurs McClland, Brockhaus, Hirish et O'Brien, leurs recherches ont permis d'identifier des caractéristiques telles que : l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude, la confiance en soi, l'implication à long terme, et la prise de risque modéré <sup>2</sup>.

### 2.2. Le profil entrepreneurial selon Y.Gasse et D'Amours

Selon Timmons, Smollen et Dingee, parmi la population mondiale, à peine une personne sur dix posséderait un profil entrepreneurial. Un grand nombre d'individus pourraient ainsi devenir entrepreneurs ; s'ils présentent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs et pourraient réaliser leur potentiel.

---

<sup>1</sup> ANDRÉ Pierre, MARCHESNAY M. Julien, L'entrepreneuriat, éd. Economica, Paris, 1996, P. 51-52.

<sup>2</sup> Fayolle A., Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre, éd. Dunod, «Gestion Sup» Paris, 2004, P, 57.

### **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

Pour Solomon, G.T. et Winslow, E.K., qu'une personne possède ou non la plupart des caractéristiques que présentent les entrepreneurs en général n'a pas de valeur en soi et ne concerne qu'une fraction de la personnalité. Les entrepreneurs sont souvent aussi très différents les uns des autres, même s'ils manifestent plus fréquemment certaines particularités par rapport à la moyenne de la population. Chacun peut, en fait, être distinct sur des aspects et présenter les mêmes dispositions que les entrepreneurs sur d'autres aspects. Les résultats obtenus peuvent aussi changer dans le temps et avec les expériences vécues, ou selon des dispositions particulières ou des circonstances qui affectent la personne. On peut cependant dire que celui ou celle qui présente un profil comparable à celui des entrepreneurs aura normalement une plus forte motivation à se lancer en affaires, et que des aptitudes semblables et un comportement adapté devraient lui faciliter les choses.

Pour (Gough, 1988) Les antécédents jouent cependant un rôle primordial dans la décision de créer son entreprise et certains déclencheurs vont inciter à passer plus rapidement à l'action.

#### **Antécédents :**

Selon (Collins, Moore et Unwalla, 1964). Avoir un parent qui possède une entreprise ou qui travaille à son propre compte, voir des proches démarrer un projet ou posséder, soi-même, une expérience de travail dans les PME, etc. Il est plus facile de se lancer à son compte lorsqu'on a pu démystifier ce qu'est le milieu des affaires, qu'on connaît le fonctionnement des petites entreprises et que l'on dispose déjà d'un réseau de relations. La compétence technique est le plus souvent développée en entreprise et la connaissance du secteur se révèle être un autre atout non négligeable. D'autre part, l'éducation reçue peut avoir favorisé l'esprit créatif et la capacité d'autonomie.

Certaines cultures valorisent plus fortement la réussite financière et les activités d'affaires, Ces dernières sont davantage coutumières ou peuvent être perçues comme le seul moyen d'agir en vue de son autosuffisance économique et de sa progression sociale.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

- **Motivations :**

Pour McClelland, 1965, Ce qui pousse à créer son entreprise, c'est le plus souvent le besoin d'accomplissement, de réalisation de soi. Le besoin de pouvoir est aussi présent, mais il est généralement moins pressant. Et le besoin d'autonomie et de créativité sont toujours à la base du développement de son propre projet d'entreprise. Il existe de nombreuses motivations qui peuvent être associées à l'esprit entrepreneurial.

Vouloir être le patron et ne pas avoir à suivre les directives des autres. Aimer diriger et influencer les personnes pour les amener à faire selon ses plans. Tenir à mobiliser les ressources et les gens au service de ses propres objectifs. Prendre charge des responsabilités et des personnes. Aimer être en compétition et l'emporter. Chercher à se distinguer et à occuper l'avant scène. Vouloir accéder à un statut et asseoir sa réputation.

Selon Stoner et Fry, 1982, aimer être indépendant des personnes, des contraintes et des restrictions. Ne pas accepter la conformité. Écarter les contraintes et les directives préétablies. Vouloir décider seul et agir à sa guise. Ne pas être dépendant du soutien affectif ou social des autres. Tenir à être libre de choisir ses dépendances en fonction des besoins et du prix à payer. Rechercher les situations qui laissent une grande marge de manœuvre et qui permettent d'exercer sa pleine initiative et toute sa créativité.

Aimer les idées originales. Vouloir faire les choses différemment. Imaginer des façons nouvelles d'utiliser les objets ou les procédés d'usage courant. Chercher des méthodes plus efficaces pour faire le travail. Aimer avoir des idées créatives et aimer les concrétiser. Rechercher les nouveaux produits.

- **Aptitudes :**

Les aptitudes sont une combinaison de caractéristiques supposant la capacité à développer des réponses organisées par rapport aux situations. Ce sont en quelque sorte des compétences latentes, qui se sont développées au fil des expériences et des réussites et auxquelles l'individu peut faire appel selon les circonstances. Encore une fois, de différentes aptitudes sont favorables au potentiel entrepreneurial.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

Être confiant en soi et en son potentiel. Se fier à soi-même. Croire en sa capacité de réussir ce que l'on entreprend. Se sentir à la hauteur de sa tâche et des décisions à prendre. Être confiant d'obtenir de bons résultats. Avoir une vision positive de soi et de ses capacités. S'attribuer une valeur personnelle élevée (Brockhaus, 1980).

Les attitudes sont influencées par les perceptions. Ce sont des prises de position conscientes ou non par rapport à des situations hypothétiques ou réelles. Si elles ne déclenchent pas en soi l'intention ou l'action, elles influenceront leur orientation et leur déroulement. Plusieurs de ces perceptions peuvent avoir un impact sur l'entrepreneuriat<sup>1</sup>.

### 2.3. La motivations sous jacents de l'entrepreneuriat des jeunes

Démontrée à travers des études, les jeunes possèdent des qualités de l'ingéniosité, de l'initiative, de la motivation, de l'imagination, de l'enthousiasme, du zeste, de l'impulsion, de l'ambition, de l'énergie, de la témérité, du courage... On souligne également que les jeunes sont connus pour posséder comme qualités l'enthousiasme, la motivation, l'esprit d'entreprise, le goût du risque, la souplesse, l'énergie, l'ingéniosité et la volonté d'essayer de nouvelles approches.

Pour Fillion(1997), la notion de succès tend à prendre en considération chez les jeunes entrepreneurs davantage des critères intrinsèques reliés à la réalisation de soi que des critères extrinsèque reliés aux performances de l'entreprise et au niveau de statut atteint.

Les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échappée aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent<sup>2</sup>.

Selon Guillaume (1998), la motivation première des jeunes entrepreneurs c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout pour défis avec eux-mêmes (desir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses. La création d'entreprise nait moins souvent par une satisfaction au niveau du travail.

---

<sup>1</sup> Gasse, Y. et D'Amours, A. (2000). Profession : Entrepreneur : Avez-vous le profil de l'emploi, Éditions Transcontinental Inc. la Fondation de l'Entrepreneurship, Canada-Montréal, 2000, P.2 -6

<sup>2</sup> FILLION. L. J, Visions et relations : Clés du succès de l'entrepreneur, Les Editions de l'entrepreneur, Canada, 1997, P, 14.

## **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

Par contraste, à leurs homologues des pays développés, les jeunes dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique ou pour survie. Les données provenant de l'enquête en Zambie montrent que la majorité écrasante (92,3%) des répondants a cité des problèmes socio-économiques comme raison principale du lancement de l'entreprise (Chigunta, 2001)<sup>1</sup>.

De ce nombre, près de la moitié (46,2%) ont invoqué le manque d'emploi, le tiers (30,8%), la nécessité de suppléer au revenu du ménage ; (15,4%), la pauvreté. Seulement (7,7%) des répondants ont indiqué, comme raison principal, le désir d'accumuler des richesses.

### **2.4. Des modèles de l'intention entrepreneuriale**

La théorie du comportement planifié s'inscrit dans la famille des modèles d'intention, largement mobilisée pour tenter d'expliquer l'apparition du comportement entrepreneuriale, en particulier la création d'entreprise. Pour de nombreux auteurs, la création d'une entreprise est un comportement planifié et donc intentionnel.

Krueger et Casrud(1993) ont, les premiers, appliqué la théorie du comportement planifié au champ de l'entrepreneuriat, en essayant de rendre compatible le modèle d'Ajzen avec d'autres cadre théorique en particulier celui de Shapero et Sokol(1982). Dans ces conditions, l'intention semble offrir un cadre cohérent pour atteindre une meilleure compréhension des processus d'émergence de l'intention entrepreneuriale que les attitudes, les croyances, ou d'autres variables psychosociologiques chez les nouvelles générations.

#### **2.4.1. Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial d'A. SHAPERO et L. SOKOL.**

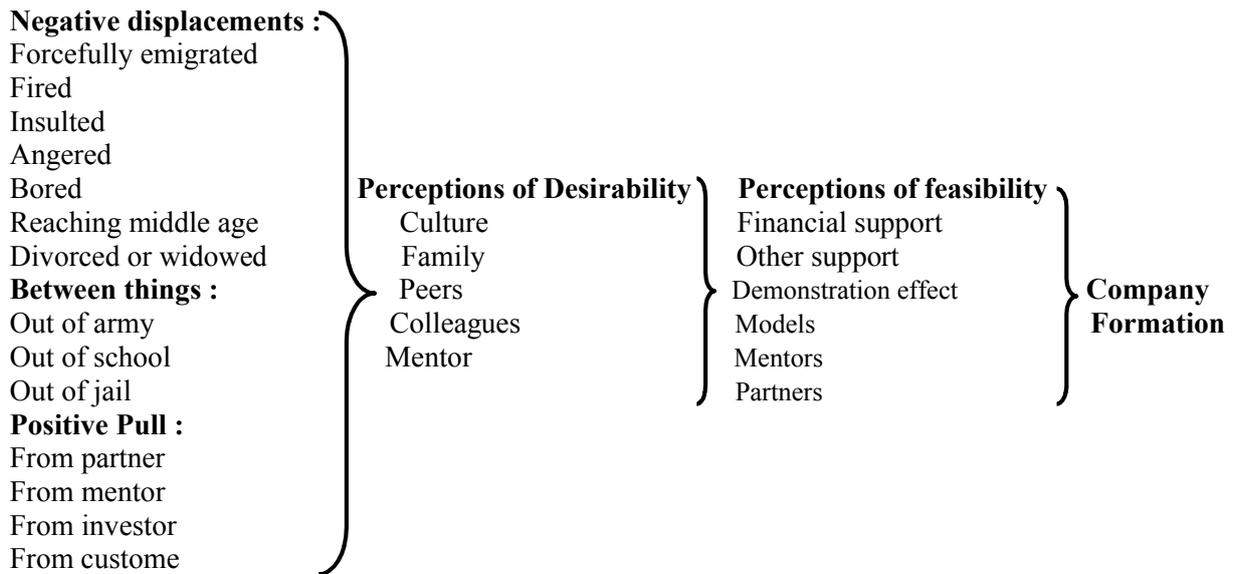
Les travaux de A. SHAPERO et L. SOKOL (1982) sont les plus anciens et certainement ceux qui ont eu le plus grand retentissement dans la sphère académique entrepreneuriale. Ces deux auteurs ont élaboré un modèle qui reste, selon (T.M. BEGLEY et alii (1997), le point de référence dans les recherches en entrepreneuriat. Ils ont modélisé la formation de l'événement entrepreneurial en recensant trois groupes de facteurs. Les "déplacements négatifs": (divorce,

---

<sup>1</sup> GUILLAUME (1998), cité BACCARI. E, Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire ; communication au 8<sup>ème</sup> Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME. 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de Gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

licenciement, émigration, insatisfaction au travail...), les "déplacements positifs" (famille, consommateur...) et les "situations intermédiaires" (sortie de l'armée, de l'école, de prison) sont les événements qui marquent des changements dans les trajectoires de vie des individus et sont à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial.



### Le Modèle de L'événement entrepreneuriale de Shapero et Sokol

Les "**déplacements négatifs**" tels que l'émigration peuvent provoquer l'acte entrepreneurial. Il n'est pas accidentel que l'entrepreneuriat soit hautement identifié à certains groupes ethniques. Juifs, Libanais et autres groupes sont de nombreux exemples de la crédibilité de l'événement entrepreneurial. Les "**déplacements positifs**" et les "**situations intermédiaires**" influencent le système de valeurs des individus et par là même, leurs perceptions de désirabilité.

A l'interface entre ces trois groupes de variables explicatives du modèle et la variable à expliquer ("**Company formation**"), les auteurs identifient deux groupes de variables intermédiaires : les perceptions de désirabilité et les perceptions de faisabilité qui sont le produit de l'environnement culturel, social et économique. Elles varient d'un individu à un autre. Elles nous aident à déterminer quelles actions seront prises effectivement en considération.

### **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

- **Les perceptions de désirabilité :**

Les facteurs sociaux et culturels qui interviennent dans la formation de l'événement entrepreneurial se manifestent à travers le système de valeurs de l'individu. Plus un système social accorde de la valeur à l'innovation, à la prise de risque, à l'autonomie, plus fortes seront les perceptions de désirabilité, et plus l'on verra des entreprises se créer le système de valeurs se construit par l'influence de la famille, notamment les parents qui jouent le rôle le plus important dans la formation de la désirabilité. Les expériences antérieures, les échecs dans des aventures entrepreneuriales sont des facteurs qui renforcent les perceptions de désirabilité L'entreprise est une expérience de travail où naissent souvent des idées d'affaires qui peuvent réunir plusieurs personnes, qui à leur tour si elles passent à l'acte de création, vont influencer les perceptions de désirabilité de leurs collègues.

- **Les perceptions de faisabilité :**

La faisabilité se construit sur les perceptions des variables de soutien et d'aides de différente nature. La disponibilité des ressources financières influence directement la propension à entreprendre selon A. SHAPERO et L. SOKOL (1982,). Celle-ci peut être générée par les économies personnelles de l'individu et par les apports de la famille, mais aussi par les membres du groupe dans le cas des ethnies. La presse spécialisée, l'aide du conjoint ou d'amis proches, les conseils et la formation à la création d'entreprise, notamment les programmes et les formations en entrepreneuriat agissent aussi sur les perceptions de faisabilité.

A la lecture de ce modèle, qui selon (N.F. KRUEGER et A.L. CARSRUD (1993) et (N.F. KRUEGER et alii 2000) est implicitement fondé sur l'intention, nous comprenons que pour agir sur cette dernière, il faut favoriser simultanément les perceptions de désirabilité et de faisabilité des individus.

A.SHAPERO et L. SOKOL accordent à l'enseignement de l'entrepreneuriat un rôle important dans leur modèle. En effet, ils avancent l'hypothèse que des programmes et des formations en entrepreneuriat s'appuyant sur leur modèle augmenteraient les perceptions de désirabilité et de faisabilité des étudiants ;ils sont mieux à même de décourager les "mauvais" candidats, mal avisés quant à l'étendue que peuvent prendre les changements des perceptions de désirabilité et

## **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

de faisabilité Les auteurs concluent sur une piste de recherche qui investira les effets des formations en écoles de gestion sur les perceptions de désirabilité des étudiants Parallèlement à ce cadre général de recherche, notre cadre théorique trouve sa source dans la psychologie sociale qui a pour objet, entre autres, la prédiction des comportements. La théorie du comportement planifié est d'un apport indéniable dans l'explication de l'intention entrepreneuriale à travers des facteurs personnels et contextuels.

### **2.4.2. Théorie du comportement planifiée (d'Ajzen 1991).**

Pour expliquer le phénomène de création d'entreprise, plusieurs courants de pensées se sont succédé en entrepreneuriat. Depuis des années, la majorité des recherches sont focalisées sur les caractéristiques individuelles « approche par les traits de personnalité », afin de trouver leurs liens avec la décision de créer une entreprise. Mais, les recherches dans cette voie sont considérées comme illusoires et incapables de prédire le choix de carrière entrepreneuriale. 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. Des relations fortes et générales entre les caractéristiques environnementales et l'émergence de l'intention entrepreneuriale et voire même avec la création d'entreprise ont pu être établies. Pour pallier les limites des approches précédentes, l'approche interactionniste a vu le jour qui considère que l'acte d'entreprendre est un phénomène complexe et multidimensionnel. Les caractéristiques individuelles et les facteurs de contexte doivent être pris en compte.

Pour appréhender l'esprit d'entreprise en amont de la phase de la création et de l'intention de créer une entreprise, on a choisi de nous inspirer du modèle d'intention d'Ajzen (1991). Dans cette approche, les modèles d'intention entrepreneuriale inspirent aujourd'hui les plus grand nombre de chercheurs en entrepreneuriat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012, P-19.

### 2.4.2.1 Le model de comportement Planifié D'Ajzen (1991)

Selon cette théorie, tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets des motivations qui influent les individus est déterminées par trois éléments<sup>1</sup> :

- **L'attitude vis-à-vis du comportement** : Elle renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur ce comportement ; c'est-à-dire l'attitude envers le succès et l'échec de création d'entreprise favorise ou défavorise la décision de créer une entreprise chez un individu.
- **La perception de la norme sociale** : Celles-ci font référence à la pression sociale perçues pour réaliser un comportement ; en d'autre terme correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de ce qu'il voudrait entreprendre.
- **Le contrôle comportemental perçu** : Celle-ci correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement ; ça veut dire la perception qu'une personne a des difficultés à surmonter pour mettre en œuvre le comportement étudié, ou, plus spécifiquement, de la perception de la présence ou l'absence des ressources et compétences individuelles propres nécessaire pour réaliser ce comportement.

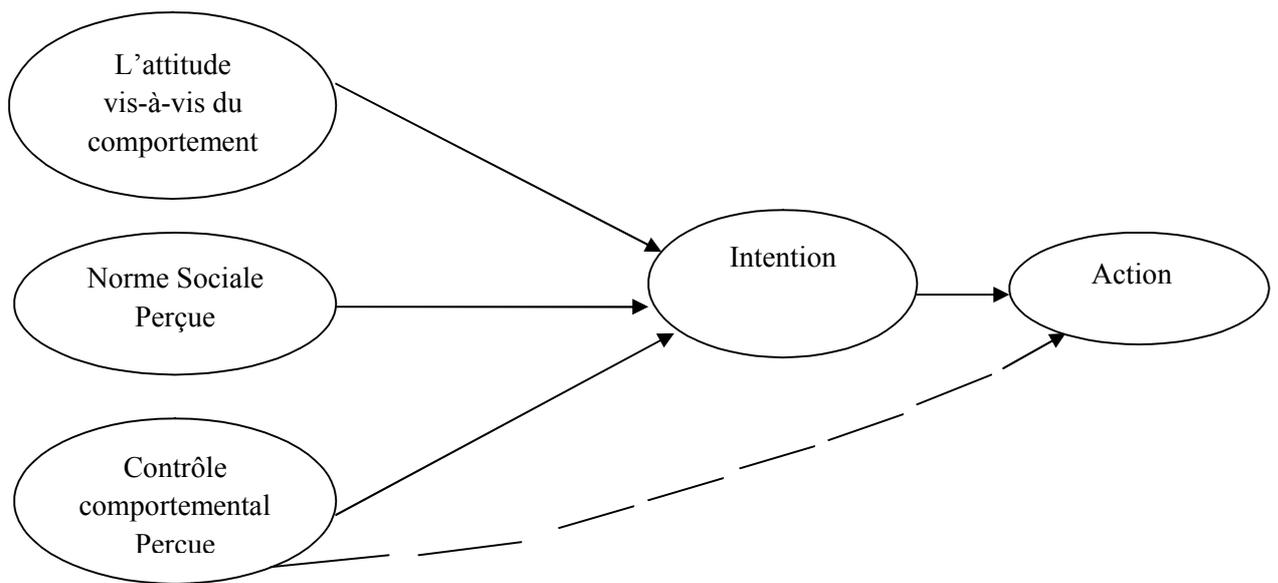
Les trois grands types d'éléments se manifestent à travers des croyances comportementales, normatives et de contrôle, le schéma suivant montre le modèle qui sous-tend l'intention, construit à partir de ce qui précède et qui nous permet d'appréhender une partie de l'esprit d'entreprise à travers ces trois types de croyances entrepreneuriales.

---

<sup>1</sup> Fayolle. A, introduction à l'entrepreneuriat, éd. Dunod, Paris, 2005, P.95.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---



### Modèle de comportement planifié d'Ajzen (1991)

Le comportement est déterminé par l'intention. Selon ce théorie, l'intention de réaliser un comportement est un déterminant immédiat du comportement ; ceci est le fondement des modèles d'intention. Cependant, en raison des problèmes de contrôlabilité évoqués précédemment la théorie propose que le comportement soit aussi prédit par l'aptitude à contrôler le processus menant à sa effective.

Selon Bruyat (1993)<sup>2</sup>, si l'on suit les modèles d'intention, pour qu'il y ait création d'entreprise, il faut la formation d'une intention de créer sous l'effet d'un changement d'attitudes en relation avec le comportement considéré.

Le comportement de créer une entreprise s'inscrit dans un processus plus long au cours duquel de très nombreux événements peuvent se produire et remettre en cause le projet de création. Dans ces conditions, le déclenchement peut se produire sous l'effet d'un déplacement sans que l'intention soit élevée voir même sans que l'individu soit pleinement conscient de l'existence d'une intention d'entreprendre. Le déclenchement peut également survenir sous la pression d'une intention très forte, conduisant à une planification des premières opérations telles que la recherche d'une idée ou d'une opportunité<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de Doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012, P-19.

### **Section 3 : Valoriser l'esprit d'entreprise : Le rôle des politiques publiques**

#### **3.1. L'entrepreneuriat : Phénomène économique, social et politique**

L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur c'est si l'on suit l'économiste autrichien Joseph Schumpeter, l'innovateur qui apporte la destruction créatrice<sup>1</sup>. La création d'entreprises constitue, très souvent, une modalité forte d'accompagnement des processus de mutations structurelles et de changements de l'environnement politique, technologique, social ou organisationnel. Ces mutations et ces changements génèrent de l'incertitude et de l'instabilité qui vont être à l'origine de l'apparition d'opportunités de création de nouvelles activités économiques.

Le développement des activités tertiaires, doit beaucoup à la création d'entreprise pour compenser l'effondrement des secteurs industriels. L'arrivée de l'internet et de nouvelles technologies liées à l'informatique et à la communication permis à de nombreux entrepreneurs potentiels d'exploiter concrètement des opportunités. De créer leurs entreprises qu'est enfin un vecteur de réinsertion sociale. Elle permet, en effet, à des chômeurs, des nouvelles générations qui veulent entreprendre, dans certaines conditions, de retrouver un emploi crée grâce à leur sens de l'initiative, à leur ténacité et à leur esprit d'entreprendre<sup>2</sup>.

#### **3.2. La nécessité d'encourager l'esprit d'entreprise**

Plusieurs motifs poussent les pouvoirs publics à encourager l'esprit d'entreprise. Tout en apparaissant comme un moyen de lutter contre le chômage et la pauvreté, la promotion de l'entrepreneuriat présente aussi d'autres avantages et enjeux, en concourant notamment à intensifier la concurrence sur un marché donné, à stimuler la quête de nouvelles ouvertures économiques, et à suivre les mutations rapides qu'entraîne la mondialisation de l'économie. Donc encourager l'esprit d'entreprise apparait comme une composante de l'équation

---

<sup>1</sup> Fayolle. A, introduction à l'entrepreneuriat, éd. Dunod, Paris, 2005, P.16.

<sup>2</sup> Fayolle. A, Op.Cit, P. 22.

## **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

qui permettra de concilier réussite économique et cohésion sociale (OCDE, 1998).

### **3.2.1- L'esprit d'entreprise et les valeurs sociales**

Les entrepreneurs sont les forces motrices de l'économie de marché et leurs réalisations procurent à la société richesse, emplois et choix diversifié pour le consommateur. En réponse aux attentes accrues du public en ce qui concerne l'impact de l'activité entrepreneuriale sur la société et l'environnement, de nombreuses grandes entreprises ont adopté des stratégies formelles de responsabilité sociale. Il s'agit notamment de l'intégration volontaire des préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités et de leur interaction avec les parties prenantes, reconnaissant que le comportement responsable de l'entreprise peut contribuer à sa réussite.

L'esprit d'entreprise peut également jouer un rôle actif au niveau de la prestation efficace de services dans le domaine sociale, de la santé et de l'éducation. Les entreprises de l'économie sociale associent les parties prenantes à la gestion et à la prestation de ces services, en privilégiant l'innovation et l'orientation vers le client. Une telle approche permet de compléter les ressources publiques et d'étendre la gamme des services offerts aux consommateurs.

### **3.2.2- l'esprit d'entreprise est un élément essentiel de la compétitivité**

De nouvelles initiatives entrepreneuriales- démarrer une nouvelle entreprise ou relancer une entreprise existante (par exemple, après un changement de propriétaire) stimulent la productivité. Elles augmentent la concurrence dans la mesure où elles forcent d'autres entreprises à réagir par une meilleure performance et l'innovation. L'augmentation du niveau de performance et d'innovation des entreprises, que ce soit au niveau de l'organisation, de processus, des produits, des services ou des marchés, renforce la compétitivité de l'économie dans son ensemble. Ce processus profite aux consommateurs qui bénéficient d'un choix diversifié et de prix réduits<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> FIRLAS Mohammed, Op.Cit, P.62.

### 3.3. Le politique publique d'aide à l'entrepreneuriat

#### 3.3.1. L'entrepreneuriat et la politique

La résurgence de l'entrepreneur s'inscrit dans un contexte de grandes mutations technologiques, industrielles, économiques et sociales. Les politiques ont cru voir dans l'action entrepreneuriale une issue aux divers problèmes sociaux. Dans le contexte actuel de transition, l'état et les acteurs économiques et politiques tendent de promouvoir de nouveaux rôles sociaux pour donner à l'économie un souffle nouveaux.

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat, sous toutes ses formes (start-up, reprise d'activité, entrepreneuriat social, etc.) est reconnu comme une source importante de création d'emplois et de richesse pour un pays<sup>1</sup>.

#### 3.3.2. Assistance et soutien aux jeunes entrepreneurs

Pour Boutillier. S et Uzunidis. D (1999), « L'aide et la formation à la fonction de l'entrepreneur débutent par une réflexion sur ce qu'entrepreneur veut dire, pour ensuite trouver des arguments, par l'observation et l'analyse afin de montrer de quelles façons l'entrepreneur s'intègre dans l'ensemble social duquel tirera des ressources et auquel son action profitera ».

Les premières mesures d'aide à la création d'entreprise, qui ont vu le jour en Algérie au milieu des années 90, ciblaient principalement le soutien de l'entreprise au moment de sa création, l'aide prenant généralement la forme de prêts ou de subventions. Ces mesures étaient généralement sous la responsabilité des acteurs nationaux et régionaux, l'objectif étant alors d'augmenter le nombre de créations d'entreprises. Par la suite, d'autres mesures ont cherché à diminuer le taux d'échec des entreprises ; ces dernières reposaient davantage sur des mécanismes de suivi de façon à suivre l'évolution des projets subventionnés.

On a ensuite vu naître des mesures mettant l'accent sur la formation des porteurs de projets et sur le renforcement des procédures de suivi ; plutôt que des prêts directs, c'est le financement d'organismes d'aide et de formation qui était favorisé.

---

<sup>1</sup> AUDRETSCH. D,B (2006), cite par KHALIF. M; «L'entrepreneur et développement économique : défis et contributions de l'entrepreneur dans le contexte des pays émergents», communication au 9<sup>ème</sup> symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Busines School Alger, Mai 2010.

## Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes

---

De façon générale, la notion de soutien aux jeunes entrepreneurs réfère aux programmes d'intervention subventionnés par les fonds publics au niveau local ou national: formation, prêts garantis, financement, conseil, et accompagnement<sup>1</sup>.

### 3.4. L'enseignement de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un champ émergent et son enseignement est encore dans une phase embryonnaire de structuration (Fayolle, 2003). L'intérêt médiatique et politique vis-à-vis des domaines semble être, au début de ce troisième millénaire, à son apogée et trouve naturellement des échos dans les établissements d'enseignement. Beaucoup des voix s'élèvent pour encourager le développement de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les écoles et les universités, s'étonnant parfois de l'apparente inadéquation entre les besoins de la société et l'offre éducative.

Il n'est pas très aisé de définir ce qu'on entend par enseignement de l'entrepreneuriat ou de préciser ce que signifie l'éducation dans ce domaine, car peu de travaux ont été consacrés à ces questions. Un travail récent de la commission européenne, publié en 2004, intègre dans sa définition de l'enseignement de l'entrepreneuriat un concept large d'éducation visant au développement d'attitudes entrepreneuriales et une notion plus spécifique de formation dédiée à la création et au développement d'entreprise<sup>2</sup>.

Pour savoir si l'entrepreneuriat peut faire l'objet d'un enseignement, différents auteurs, ainsi que P. SENICOURT et T. VERSTRAETE (2000), notent qu'il faudrait au préalable se poser deux questions : qu'est-ce que l'entrepreneuriat ? Mais aussi qu'est-ce qu'enseigner ? Si l'on conçoit l'entrepreneuriat comme un ensemble d'aptitudes et d'attitudes s'exprimant par des perceptions, des intentions, des actes et des comportements, alors le système éducatif, porteur et diffuseur des cultures, peut (doit) être le vecteur de ces diverses composantes de la culture entrepreneuriale.

Selon (A. FAYOLLE, 2000c; B. SAPORTA, T. VERSTRAETE, 2000,) Comme la plupart des champs et disciplines appartenant aux sciences sociales, et plus précisément aux sciences de gestion, l'entrepreneuriat peut faire l'objet

---

<sup>1</sup> HERNANDEZ. E, M ; Le processus entrepreneuriale vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, Ed. L'Harmattan, Paris, 1999, p 211.

<sup>2</sup> Fayolle. A, Op.Cit, P. 27.

### **Chapitre III : Caractéristiques Et Intentions Entrepreneuriales chez les jeunes**

---

d'un enseignement académique et pratique. Pour J.-P. BECHARD (1998), la question ne se pose même plus. Les interrogations aujourd'hui portent sur les programmes de formation : "Que doit-on enseigner aux entrepreneurs ? Comment leur enseigner ? Dans quel contexte leur enseigner ? Et qui peut leur enseigner ?".

Selon M. BOUCHARD-D'AMOURS et Y. GASSE, "l'école est un lieu de développement des caractéristiques entrepreneuriales potentielles et latentes". H.LEIBENSTEIN (1968), affirme que la formation à l'exercice de la fonction entrepreneuriale peut accroître l'offre d'entrepreneurs. Evidemment, fait-il remarquer, toutes les caractéristiques de l'entrepreneur ne peuvent faire l'objet d'une formation. Mais beaucoup d'aptitudes qu'exige le processus entrepreneurial peuvent faire l'objet d'enseignements.

KRUEGER et D.V. BRAZEAL (1994) soutiennent que l'on peut enseigner les aptitudes à entreprendre, que l'on peut former les individus à être plus autonomes et à encourager ; Pour J.A. KATZ (1990), l'enseignement de l'entrepreneuriat est l'une des formes les plus évidentes préparant les individus à la création d'entreprise ou l'esprit d'initiative.

L'entrepreneuriat est un processus qui nécessite certaines aptitudes et attitudes. Bon nombre d'entre elles peuvent s'acquérir en suivant des enseignements, des programmes ou des formations. Ceux-ci peuvent anticiper sur des décisions que seul le créateur ou l'individu en situation entrepreneuriale est à même d'assumer. Ils favoriseraient probablement l'émergence d'idées ou d'opportunités d'affaire, et in fine la création d'entreprise<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Azzedine Tounes, Op.cit., P 55.

# Partie pratique de la recherche

# Chapitre IV: Présentation de lieu d'enquête et les étapes de la recherche sur le terrain

## **Préambule :**

Dans ce chapitre nous allons présenter le lieu d'enquête, à savoir l'université de Bejaia et la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale d'une part, Et les étapes de la recherche sur le terrain.

## **1- Présentation du lieu d'enquête :**

### **1.1- Présentation de l'université Abderrahmane Mira de Bejaia**

#### **1.1.1- Historique**

L'université Abderrahmane Mira de Bejaïa tient ses origines des Institutions d'Enseignements Supérieur (INES), d'Electronique, des Sciences de la Nature, de Chimie Industriel, d'Hydraulique, de Langue et Culture Amazigh, et des Sciences Exactes qui sont créées par le décret 83-625 de Novembre 1983. Les INES de Bejaïa ont été regroupés sous l'autorité d'une seule direction avec la création en 1994 du centre universitaire de Bejaïa qui sera baptisé en Décembre 1996 du nom du martyr de la révolution **Abderrahmane Mira**. C'est par le décret 98-396 du 02 Décembre 1998 que le centre universitaire de Bejaïa est érigé en Université comprenant 3 facultés chacune comportant plusieurs départements : la Faculté des Sciences et Sciences de l'Ingénieur (FSSI), la Faculté de Droit et des Sciences Economiques (FDSE), la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines (FLSH).

Suite au développement de la Faculté des Sciences et des Sciences de l'Ingénieur, l'Université de Bejaïa a été organisé suivant au décret 01-268 du 18 Septembre en 04 facultés comportant 26 départements pédagogiques. Par ce décret, la faculté des Sciences et Sciences de l'Ingénieur est divisé en 2 facultés : la Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie (FSNV) et la Faculté des Sciences et Sciences de l'Ingénieur (FSSI).

Le décret exécutif 07-271 du 11 Septembre 2007 vient augmenter le nombre des facultés de l'université au nombre de 7 avec la division de la FSSI en 2 facultés : Faculté de Technologie et la Faculté des Sciences Exactes, également l'introduction de la Faculté de Médecine. En 2010, par le décret exécutif N°75 du 08 Décembre 2010, le nombre des facultés est passé à huit. En effet à partir de cette date, l'université compte :

- La Faculté des Sciences Exactes
- La Faculté de Technologie
- La Faculté de Droit et des Sciences Politiques
- La Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion (FSECG)
- La Faculté des Lettres et des Langues (FLL)
- La Faculté des Sciences Humaines et Sociales (FSHS)
- La Faculté de Médecine
- La Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie (FSNV).
- 

### **1.1.2- Mission de l'Université**

L'Université a pour mission de :

- Contribuer à la diffusion générale des connaissances, de leur élaboration, et de leur développement
- Participer à la formation des cadres nécessaires au développement du pays
- Entreprendre l'initiation des étudiants aux méthodes de recherche
- Assurer des enseignants de graduation et de post-graduation
- Entreprendre toute action de formation continue, de recyclage et de perfectionnement
- Courir au développement de la recherche et de l'esprit scientifique
- Contribuer à la formation de la culture nationale
- Assurer la publication des études et des résultats des recherches effectués.

### **1.2- La Faculté de sciences économiques de gestion et commerciale**

La faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Science de Gestion (FSECSG) crée le 05 décembre 2010(décret n° 10-309).Elle se situe dans le prolongement de l'ex FSESGSC crée le 11 septembre 2007. Issue de la restructuration de la Faculté de Droit et des Sciences Economiques créée le 02 décembre 1998.

#### **2.1.1- L'objectifs de la faculté :**

- la diffusion des connaissances et la formation des futurs cadres.
- l'initiation des Etudiants aux méthodes de recherches et nouveaux outils de communication.

- le renforcement du potentiel scientifique national.
- la contribution à l'effort national pour le développement technologique.

### **2.1.2- Organisation de la faculté**

Les structures de la faculté sont organisées en services, qui eux-mêmes se composent parfois de sections :

La doyenne de la faculté est assistée dans ses tâches par :

- Le vice doyen chargé des études et des questions liées aux étudiants,
- Le vice doyen chargé de la post graduation, de la recherche scientifique et des relations extérieures,
- Le secrétaire général,
- Les chefs de départements,
- Le responsable de bibliothèque de faculté.

La faculté est par essence une unité d'enseignement et de recherche. A cet effet, elle dispense des formations de graduation et de post graduation.

La faculté des sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion est structurée en quatre(04) départements et chaque département est créé par arrêté du ministre chargé de l'enseignement scientifique et de la recherche scientifique. Il recouvre une filière ou une discipline ou une spécialité dans la discipline. On peut trouver des formations classiques et formation dans le cadre de la nouvelle réforme LMD « Licence Master Doctorat ».

### **2.1.3- Les spécialités enseignées dans la faculté de SECG**

On enseigne dans cette faculté selon la filière les spécialités suivantes :

#### **Sciences de gestion :**

- Management économique des territoires et entrepreneuriat (M.E.T.E)
- Finance et comptabilité : comptabilité, contrôle, audit,
- Finance et comptabilité : Finance, Banque,
- Gestion des ressources humaines,
- Management des organisations,

#### **Sciences commerciales :**

- Informatique appliquée à la gestion : ingénierie des systèmes d'information et d'aide à la décision (ISIAD),
- Finance et commerce international,
- Marketing.

**Sciences économiques :**

- Economie de la santé,
- Economie appliquée, ingénierie financière,
- Monnaie banque et environnement international (M.B.E.I),
- Aménagement du territoire et développement<sup>1</sup>.

## **2- Les étapes de la recherche sur le terrain**

### **2.1- La pré- enquête**

Dans le but de clarifier notre problématique, les hypothèses, la méthode et la technique adéquate à notre thème de recherche, nous avons procédé à une pré-enquête qui s'est déroulée du 07 au 08 d'Avril 2014. C'est grâce aux entretiens libres réalisés auprès de 04 étudiants en fin de formation qu'on a élaboré et testé notre guide d'entretien d'une part et des hypothèses suivantes d'une autre part:

### **2.2- Le temps de l'enquête**

Notre enquête s'est déroulée à l'université et aux résidences universitaires dues la disponibilité des enquêtés, dans des conditions acceptables, durant une période de « deux semaines» du 04 mai au 18 avril 2013. D'une durée de 30 minutes à une heure pour chaque entretien, nous avons aussi opté pour la prise de note afin de recueillir toutes les informations, ce qui nous facilitera par la suite l'analyse de contenu.

---

<sup>1</sup> [http://www.univ-bejaia.dz/Fac\\_Sciences\\_Economiques\\_Commerciales\\_Science\\_Gestion/](http://www.univ-bejaia.dz/Fac_Sciences_Economiques_Commerciales_Science_Gestion/) consultez le 26/05/2014 a17heure, 21mn

### **2.3- Conception et description du guide d'entretien**

On a construit notre guide d'entretien dans la base de la pré- enquête que nous avons fait auprès des étudiants de fin de formation. Et elle se compose de cinq (05) axes à savoir : les données personnelles, questions concernant l'intention entrepreneuriale, questions concernant les motivations relatives à l'intention entrepreneuriale, questions sur le modèle d'affaire privilégié par les étudiants en fin de formation, et questions concernant le profil entrepreneurial et l'intention d'entreprendre.

# Chapitre V: Interprétation et analyse des résultats

### **Préambule :**

Dans ce chapitre nous allons présenter l'analyse et interprétation des différentes thématiques relatives à notre thème dont nous l'avons divisé en cinq (05) axes : Question concernant l'intention entrepreneuriale, question sur les motivations relatives à l'intention entrepreneuriale, question concernant le modèle d'affaire privilégiées, question sur l'accessibilité aux ressources et l'intention entrepreneuriale, et finalement les questions concernant le profil entrepreneurial et l'intention d'entreprendre. Et nous commencerons ce chapitre par la présentation des caractéristiques personnelles des enquêtés :

### **1. Présentation des résultats**

#### **1.1- Présentation des résultats relatifs aux caractéristiques des enquêtés**

**Tableau n°01 : Répartition des enquêtés selon l'âge**

<b>L'âge des enquêtés</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
[25-26]	06	60
[27-28]	04	40
<b>Total</b>	10	100

D'après le tableau ci-dessus nous constatons que l'âge des étudiants enquêtés varie entre 25 et 28 ans qui sont réparties en deux catégories :

L'âges de la première catégorie de notre population d'étude varient entre 25 à 26 ans avec une fréquence de 06 qui est la catégorie la plus jeune de notre échantillon d'étude.

La deuxième catégorie varie entre 27 et 28 ans avec une fréquence de 04, de l'ensemble de l'échantillon.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

**Tableau n°02 : Répartition des enquêtés selon le sexe**

<b>Le sexe des étudiants</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Masculin	08	80
Féminin	02	20
Total	10	100

D'après les données de ce tableau, on remarque que la majorité de nos enquêtés sont des hommes avec une fréquence de 08, par contre les femmes se représente avec une fréquence de 02 seulement.

Nous constatons la domination du sexe masculin, dû aux caractéristiques culturelles et sociologiques du pays, qui présentent que les métiers d'entrepreneuriat sont un domaine réservé exclusivement aux hommes à cause du facteur du risque que comporte ce genre d'activité et la lenteur de ce processus qui empêche ces femmes d'avoir cette idée ou l'intention entrepreneurial.

**Tableau n°03 : Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale**

<b>Situation matrimonial</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Célibataire	10	100
Total	10	100

D'après les données recueillies dans ce tableau nous constatons que la seule catégorie dominante est celle de célibataire avec une fréquence de 10. Qui soulignent qu'ils sont encore jeunes pour penser au mariage et assumer une charge familiale qui est éternelle.

En conclusion, on peut dire que l'intention entrepreneuriale est plus fréquente chez les jeunes en générale à savoir l'attitude qu'ils ont vis-à-vis de la création d'entreprise et les caractéristiques telles que la recherche de l'indépendance et d'autonomie.

**Tableau N° 04 : Répartition des enquêtés selon le niveau d’instruction des parents**

<b>Le niveau d’instruction des parents</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Secondaire	06	60
Primaire	03	30
Universitaire	01	10
Total	10	100

A partir des données de ce tableau nous constatons que le niveau d’instruction de nos enquêtés varie entre le secondaire, le primaire et l’universitaire.

Premièrement, on observe le niveau secondaire avec une fréquence de 06. Ce sont des parents des enquêtés qui n’ont pas réussi à avoir leur baccalauréat et qu’ont travaillé dans différents domaines voir même dans celle envisagé par leurs enfants et qui content les soutenir soit moralement, par conseils afin de leurs permettre de nourrir son idée de création d’entreprise.

Deuxièmement, on trouve le niveau primaire avec une fréquence de 03. Qui ont échoué dans leur étude et ils ont travaillé dans différents domaines comme maçon, agriculture, ce qui fait que leurs enfants veulent entreprendre afin d’améliorer leurs conditions matérielles et de même avoir un statut social élevé dans la société.

En dernier lieu ont trouve le niveau universitaire avec une fréquence de 01 ce qui justifie que le parent est diplômé.

On peut déduire que le niveau d’instructions des parents, permet l’apparition de l’intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de formation.

**Tableau N° 05 : Répartition des enquêtés selon les spécialités choisie**

<b>La spécialité des enquêtés</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
M.B.E.I	04	40
M.E.T.E	02	20
C.C.A	01	10
Finance	03	30
Total	10	100

D'après le tableau ci-dessus on constate que la majorité des nos enquêtés son de la spécialité M.B.E.I avec une fréquence de 04. Suivi de d'une fréquence de 03 pour la spécialité de finance. En suit, vient la spécialité de M.E.T.E avec une fréquence de 02. Et en dernier lieu on trouve la spécialité de C.C.A avec une fréquence de 01.

En effet cette répartition est due au type de méthode de l'échantillonnage qu'on adopté. A cet effet, le choix des étudiants de notre population d'étude s'est effectué à l'aide des premiers étudiants interrogés qui nous ont orientés vers d'autres étudiants ; et c'est ça qui justifie cette répartition des enquêtés par spécialité.

### **1.1- Présentation des résultats relatifs à l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation**

**Remarque :** notre question est : Avez-vous une idée ou projet de création d'entreprise ? En quoi consiste ce projet ? Comme c'est tous les enquêtés que ont répondu avec (oui) nous avons procédé à la présentation de la deuxième tranche de la question dans ce tableau.

**Tableau N° 06 : Répartition des enquêtés selon leurs projet d'entreprise d'avenir**

Projet de création d'entreprise	F	%
BTP	03	25
Production d'emballage	01	8,33
Réalisation de réseaux téléphoniques	01	8,33
Travaux de Plomberie sanitaire	01	8,33
Fournisseur de matériel d'électricité de bâtiment	02	16,66
L'immobilier,	01	8,33
intermédiaire en bourse,	01	8,33
L'entreprise agricole	01	8,33
Bureaux comptable	01	8,33
Total	12*	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes suite à la multiplicité des réponses.

**NB : B.T.P** : Bâtiment et travaux publics.

Conformément aux résultats du tableau ci-dessus, on constate que 03 enquêtés on orienter leurs intention de projet d'entreprise du type BTP. Cela s'explique par la réponse d'un enquêté « *c'est un domaine rentable qui peut vous permettre de gagner un profit à court terme* ».

Suivi d'un projet de fournisseur de matériel d'électricité avec une fréquence de 02. Dont un enquêté affirme que « *il ya beaucoup de demande de ce type de projet* ».

En dernier, nous observons à travers des données présentés avec la fréquence de 01 plus de six projets d'avenir de nos enquêtés à savoir : (la production d'emballage, réalisation des réseaux téléphonique, travaux de plomberies sanitaire, l'immobilier, intermédiaire en bourse, l'entreprise agricole et bureau comptable.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En conclusion nous déduisons que le choix des enquêtés porte beaucoup plus sur des raisons économiques facilitent le gain et l'enrichissement.

**Tableau N° 07 : Répartition des enquêtés selon l'origine de l'idée du projet de création d'entreprise à l'avenir.**

<b>L'origine de l'idée du projet de création d'entreprise</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Expérience dans le domaine	02	20
Influence des amis sur la décision de créer une entreprise	05	50
Influence de la spécialité de formation initiale sur la décision de créer une entreprise	02	20
Le besoin pressant de ce type de projet dans notre wilaya	01	10
Total	10	100

Selon les données de ce tableau on constate que l'origine du projet de création d'entreprise à l'avenir par nos enquêtés vient dans un premier lieu de l'influence des amis sur la décision de créer leur entreprise dans l'avenir avec une fréquence de 05. Cela s'explique par un enquêté qui affirme « *c'est en discutant avec mon ami sur divers projets que cette idée est née* ».

En deuxième lieu, on remarque deux uniformités dans la fréquence de 02 qui expriment que l'origine de l'idée de la création d'entreprise est due à l'expérience dans le domaine et l'influence de la formation initiale sur la décision de créer une entreprise. « *J'ai déjà travaillé sur ce domaine* » nous affirme un enquêté, un autre a dit « *ma spécialité de formation me permet de réaliser mon projet* »,

En dernier lieu, on a constaté que le besoin pressant de ce type de projet à Bejaia a aussi influencé l'origine de l'idée d'enquêté avec une fréquence de 01. L'un des enquêté a dit « *il ya un manque de ce type de projet à Bejaia* ».

On déduit que l'origine de l'idée du projet de création d'entreprise des étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC est influencé beaucoup plus

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

par les facteurs extrinsèques que intrinsèque, cela montre l'importance que ces derniers accordent aux avis de leur entourage quant à leur décision.

**Tableau N° 08 : L'expérience professionnelle des enquêtés dans le domaine choisit.**

<b>Expérience professionnelle dans le domaine</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Jamais travaillé	09	90
Déjà travaillé	01	10
Total	10	100

Nous constatons d'après les résultats de ce tableau avec une fréquence de 09 de nos enquêtés qu'ils expliquent qu'ils n'ont jamais travaillé dans le domaine choisit ce qui explique le peu de connaissances des étudiants enquêtés dans leurs domaine.

En deuxième lieu, on remarque un enquêté qui affirme avoir travaillé dans le domaine avec une fréquence de 01.

On observe à partir de ces résultats que, le fait d'avoir travaillé ou non dans le domaine ne pèse vraiment sur l'intention entrepreneuriale, mais l'expérience acquise dans le passé peut permettre l'émergence et l'orientation de l'intention entrepreneuriale.

**Tableau N° 09 : L'avis des enquêtés selon l'importance de la création de l'entreprise**

<b>L'importance de la création d'entreprise</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Permet la création de richesse	07	38,88
Permet la création des emplois	05	27,77
Permet l'insertion sociale	04	22,22
Permet l'accroissement économique d'un pays	02	11,11
Total	18	100

Les résultats de ce tableau nous montrent que l'un d'importance accorder à la création d'entreprise par nos enquêtés c'est la création de richesse avec une fréquence de 07.

En deuxième lieu selon nos enquêtés elle permet la création d'emploi avec une fréquence de 05. Suivi d'une fréquence de 04 que considèrent qu'elle permet l'insertion sociale.

En dernier lieu elle permet l'accroissement économique d'un pays avec une fréquence de 02.

Cela s'explique par l'importance que la création d'entreprise présente et en particulier pour les jeunes, Elle apparait comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des populations jeunes et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotion de l'esprit d'entreprise des pays.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

### 1.2- Présentation des résultats relatifs aux motivations entrepreneuriale des étudiants de fin de formation

**Tableau N° 10 : Répartition des enquêtes selon les raisons ou motivations relatives à la concrétisation de leurs projets**

<b>La motivation vis-à-vis de l'entrepreneuriat</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Etre indépendant et autonome	05	38,46
Améliorer les revenus	04	30,76
Satisfaire le besoin d'accomplissement	02	15,38
Développer la compétence et le secteur de l'activité en question	01	7,69
Mettre en pratique le contenu de ma spécialité de formation initiale	01	7,69
<b>Total</b>	<b>13*</b>	<b>100</b>

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtés soit (10) suite à la multiplicité des réponses.

D'après le tableau ci-dessus les motivations qui ont incité nos enquêtés à la réalisation de leur projet est répartie en cinq (05) catégorie :

En première lieu la majorité de nos enquêtés ont l'intention de réaliser leurs projets d'entreprise par la nécessité de satisfaire besoin de l'indépendance et d'autonomie avec une fréquence de 05. Ajout-il un enquêté « *ma motivation c'est d'être mon propre patron* ». Cela s'explique par cette catégorie que voie de la création une façon d'être libre et ne pas avoir suivre des ordres d'un supérieur hiérarchique, d'assurer sa propre indépendance et un certain mode de vie plus aisé.

En deuxième lieu suit l'amélioration des revenus comme motivations avec une fréquence de 04. Nous explique un enquêté « *améliorer ma condition et gagner beaucoup de l'argent* ».

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En troisième lieu le besoin d'accomplissement se présente avec une fréquence de 02 comme l'un des motivations de nos enquêtés pour concrétiser leurs projets. A dit un enquêté « *progresser dans la vie et contribue par la création d'emploi* ».

En dernier lieu vient avec deux homogénéité de fréquence de 01 que montre que les motivations de nos enquêtés relative à la concrétisation de leurs projets c'est la motivation de développer la compétence et le secteur de l'activité ; ensuite de mettre en pratique le contenu de la spécialité de formation. Ceux-ci s'explique par la besoin croissante de nos enquêtés pour améliorer leur compétence par des expériences, relations et réaliser un projet en rapport avec leurs domaine d'étude.

À partir de ce constat nous remarquons que les facteurs le plus pertinente que poussent ces étudiants à vouloir concrétiser leurs projets sont la besoin d'autonomie, puis raisons économique, de progresser dans la vie, développer la compétence et le secteur d'activité et de maitre en pratique le contenu de spécialité de leur formation.

**Tableau N° 11 : Répartition des enquêtés selon l'influence de la famille et l'entourage sur l'intention entrepreneuriale**

<b>La famille et l'entourage</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Amis	05	45,45
Un entrepreneur dans ma région	04	36,36
Mon oncle	02	18,18
Mon père	01	9,09
Mon frère	01	9,09
Mon cousin	02	18,18
Je n'ai pas été influencé par personne	01	9,09
Total	11	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes suite à la multiplicité des réponses.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

---

En observant le tableau ci-dessus nous déduisons que la grande majorité des étudiants enquêtés affirment avoir été influencé par leurs amis avec une fréquence de 05.

Suivi d'un entrepreneur dans la région comme une autre source d'influence avec une fréquence de 04.

En troisième lieu on trouve l'oncle et le cousin avec l'homogénéité dans la fréquence de 02 considéré par les enquêtés comme des personnes ayant influencé leur intention entrepreneuriale.

En dernier lieu suivent une autre homogénéité de fréquence de 01 présenté ci-dessus que montre que le père et le frère influencent sur l'intention entrepreneuriale de nos enquêtés.

A travers notre recherche nous avons pu constater que la famille et l'entourage ont une influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cela est affirmé par le cadre théorique que nous avons adopté à travers de modèle du **comportement planifié (d'AJZEN 1991)** que les **normes sociales perçus** ; qui est à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent dans ce qu'il voudrait entreprendre.

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

**Tableau N°12 : répartition des enquêtés selon l'existence des caractéristiques nécessaires pour réaliser leur idées de création d'entreprise**

<b>Avez-vous les caractéristiques nécessaires pour réaliser votre idée</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Oui	02	20
Non	08	80
Total	10	100

D'après les données de ce tableau on constate que la majorité de nos enquêtés ne présentent pas les caractéristiques nécessaires pour réaliser leur idée de création avec une fréquence de 08. Cela s'explique par l'absence de profil entrepreneuriale à savoir la créativité, la prise de risque, etc. (voir le tableau n° suivi des enquêtés que présentent ces caractéristiques avec une fréquence de 02 cela se justifie par le profil entrepreneuriale que possèdent ces étudiants et que peut les permettre à concrétiser leur projets de création d'entreprise à l'avenir.

**Tableau N° 13 : répartition des enquêtés selon l'existence d'un lien entre le projet et les vœux des parents**

<b>Lien entre projets et les vœux des parents</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Oui	06	60
Non	04	40
Total	10	100

Dans ce tableau ci-dessus on constate d'après les réponses d'enquêtés l'existence d'un lien entre le projet et les vœux des parents avec une fréquence de 06. Cela s'explique par la place accordé par les enquêtés à leurs parents dans leur projet. Cela s'explique par un enquêté « *mes parents sont toujours présent dans mes affaire* ».

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

Suivi d'absence du lien du projet et les vœux des parents avec une fréquence de 04. Un enquêté dit « *non il ya aucun lien entre mon projet et les vœux des parents* ».

On remarque que la famille occupe une place important dans les projets de nos enquêtés.

**Tableau N° 14 : Les raisons du lien existante entre le projet des enquêtés et les vœux de leurs parents**

<b>Le lien entre le projet et les vœux des parents</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Améliorer les conditions matérielles de la famille	04	33,33
Voir leur enfants avec un grand statut social	02	66,66
Total	06*	100

\* Le total est inférieur car, il s'agit simplement de ceux qui confirment l'existence du lien entre projet et vœux des parents.

A partir des données de ce tableau nous constatons que la raison du lien existent entre le projet et les vœux des parents avec une fréquence de 04 annoncé par les enquêtés c'est que leur parents veulent les voir avec un statut social élevé, cela veut dire se démarque dans la société. Cela s'explique par la responsabilité qu'ils ont vis-à-vis de leurs enfants qui consiste à assurer la meilleure condition de vie et un bon avenir pour eux.

On trouve aussi que nos enquêté on manifeste le lien de leur projet avec les vœux de leur parents par l'amélioration des conditions matérielles de leur famille avec une fréquence de 04.

**Tableau N° 15 : Répartition des enquêtes selon le rôle ou la contribution des parents à la consolidation de leurs projets**

Rôle et contribution des parents	F	%
Conseils Divers	06	60
Soutien financier	04	40
Il ya aucune contribution	03	30
Total	13	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes soit (10) suite à la multiplicité des réponses.

En observant les chiffres ci-dessus nous constatons que la majorité des enquêtés affirment avoir la contribution des parents, avec une fréquence de 07 qu'exprime le nombre des cas où les enquêtés son soutenu par les conseils divers, tandis qu'une fréquence de 04 reflète la nature de soutien financier enregistré chez nos enquêtés. Par ailleurs on trouve qu'avec une fréquence de 03 regroupent trois cas où la contribution des parents est inexistant.

Premièrement on peut considérer la contribution relative aux conseils divers comme une réalité sociale parce que tous les parents souhait voir leur enfants se réussir dans la vie, les résultats obtenus confirment cette situation à travers un enquêté que décrit : « *ma famille ma toujours encourager et soutenu dans la réalisation de mes projets* »

En deuxième lieu on trouve que la contribution ou soutien financier accorder par les parents influence sur la consolidation des projets de nos enquêtés. Cela est justifié par un enquêté « *l'apport financier de mes parents me permettra de démarrer mon projet* » cette annonce montre à quel degré l'apport financière est important.

Il reste à signaler que les trois cas marginalisés par leurs parents sont dû peut être aux situations familiales qui n'ont pas eu ni apport des conseils de divers, ni financier sur lesquels annoncent leur commentaire « *il ya pas aucun contribution de la part de mes parents* » vu que notre entretien ne nous permet d'aller plus loin afin de comprendre le sens de propos.

### 1.3- Présentation des résultats relatifs aux modèles d'affaires privilégiés par les étudiants de fin de formation

**Tableau N° 16 : Répartition des enquêtes selon le modèle d'affaires privilégiées**

<b>Modèles d'affaire privilégiés</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Modèles d'affaire coopératifs (associé avec des autres amis)	07	70
Modèle individuel (compter sur ses propres moyens)	03	30
Total	10	100

Les données présentés dans le tableau ci-dessous montre que la majorité des enquêtés avec une fréquence de 07 privilégie le modèle coopérative. Les résultats de notre enquête montre que ces étudiants préfère se associé avec des amis afin d'assurer la réussite de leur projet, et de s'entre aide vis-à-vis des moyens divers.

Suivi de modèle individuel avec une fréquence de 03. Cela s'explique par le fait que nos enquêtés affirment que leur formation initial les permet et qu'ils ont une capacité à assume la responsabilité.

On peut conclure que nos enquêtés privilégiant plus les modèles coopérative que l'individuel étant données qu'ils sont des jeunes, cela s'explique par le fait que ces générations donnent beaucoup plus l'importance à la dimension collective en favorisant les interactions sociales.

**Tableau N° 17 : Répartition des enquêtes selon les raisons du choix du modèle d'affaire coopératif**

Raison du choix du modèle d'affaire coopératif	F	%
Afin d'assurer la réussite du projet	05	29,41
Afin de s'entre aides vis-à-vis des moyens matériels	04	23,52
Afin de mieux assumé la responsabilité dans le travail	02	11,76
Afin de mieux assumé la responsabilité dans la contribution des idées	03	17,64
Afin de faciliter la prise de décisions	03	17,64
Total	17*	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes soit (10) suite à la multiplicité des réponses.

Conformément aux résultats des tableaux ci-dessus, on constate que l'ensemble des enquêtés on évoque le du choix du modèle coopérative comme la raison d'assurer la réussite de leur projet avec une fréquence de 05, cela s'explique par le fait qu'ils considèrent que celle-ci les permettront de partager la responsabilité, répondre rapidement à la demande des clients.

En deuxième lieu nous remarquons qui l'un des raisons évoques du choix de ce modèle dont est la question ci-dessus est de s'entre aide vis-à-vis du moyens matériel avec une fréquence de 04. Suivi de deux homogénéité que justifient que les raisons du choix de ce modèle c'est de mieux assume la responsabilité dans la contribution des idées et facilité la prise de décisions avec une fréquence de 03. Tandis qu'assumer la responsabilité au travail est un autre raison avec une fréquence de 02.

Cela signifie que le modèle d'affaire coopératif semble le mieux privilégiées par nos enquêtés afin de répondre aux raisons citer ci-dessus. On peut déduire que le choix de ce modèle est du par le fait que ces étudiants sont moins

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

expérimenté dans le domaine, ils ont peut de confiance dans leur capacité et que cherchent toujours le tiers afin de consolider ce dernière.

**Tableau N° 18 : Répartition des enquêtes selon les raisons du choix du modèle d'affaire individuel**

<b>Raison du choix du modèle d'affaire individuel</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
La consistance de la formation initiale	04	40
La capacité à assumé toute seul la responsabilité	02	10
Le désir de prendre la décision d'une façon individuel	01	10
Sens très développé de la prise de décision	01	10
Total	10*	100

\*Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes car il s'agit seulement de ceux qui ont choisit le modèle d'affaire individuel soit (03) suite à la multiplicité des réponses.

D'après les résultats de tableaux ci-dessus, on constate que la majorité des enquêtés on évoque le du choix du modèle individuel car ils ont une base solide dans la formation initial avec une fréquence de 04, cela est confirmé par un enquêté qui a dit « *ma formation me permet de réaliser mon projet* ».

En deuxième lieu nous remarquons qui l'un des raisons évoques du choix de ce modèle c'est la capacité à assumer tout seul la responsabilité avec une fréquence de 02. Suivi de deux homogénéités dans la fréquence de 01. Que justifient que les raisons du choix de ce modèle est le désir de prendre la décision d'une façon individuel et qu'ils ont un sens très développé de la prise de décision.

Cela signifie que le modèle d'affaire individuel semble le mieux privilégiées par les enquêtés que ont une expérience dans le domaine, ils ont une forte confiance dans leur capacité à prendre des initiatives, les décisions tout seul etc.

**Tableau N° 19 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'importance du modèle d'affaire coopératifs**

<b>L'importance du modèle coopératif</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Partager la responsabilité	03	25
Pour mieux affronter le défi futur	02	16,66
Eviter le risque	01	8,33
Répondre rapidement à la demande des clients	04	33,33
Total	12*	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes soit (10) suite à la multiplicité des réponses.

D'après le tableau ci-dessus on constate que majorités de nos enquêtés on évoquées que l'un d'importance du modèle coopérative elle les permet de répondre rapidement à la demande avec une fréquence de 04. Suivi de partage de responsabilité avec une fréquence de 03. Après on voit que nos enquêtés on aussi évoquée que ce modèle permet de mieux affronter le défi avec une fréquence de 02. Et en dernier elle permet d'éviter le risque avec une fréquence de 01.

Cela montre que nos enquêtés donne beaucoup plus d'importance au modèle coopérative du la facilité que ce dernier les fourni pour réaliser leur projet.

**Tableau N° 20 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'importance du modèle d'affaire individuel**

L'importance du modèle individuel	F	%
Eviter le conflit	05	35,71
Satisfaction du besoin d'autonomie et d'accomplissement	04	28,57
Développer mes compétences	02	14,28
Relever des nouveaux défis	03	21,42
Exercer mes talents et compétences	01	7,14
Total	14*	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes soit (10) suite à la multiplicité des réponses.

D'après l'analyse de ce tableau on constate que la plupart des enquêtés on évoquée l'importance de modèle d'affaire individuel comme moyen d'éviter le conflit avec une fréquence de 05. Suivi de une autre importance de satisfaction de besoin d'autonomie et d'accomplissement avec une fréquence de 04. Autres enquêtés affirment que ce modèle les permet de relever les défis avec une fréquence de 03. Et aussi d'après nos enquêtés celle-ci les permet de exercer leur talents et compétences avec une fréquence de 01.

### 1.5- Présentation des résultats relatifs aux ressources nécessaires au développement de l'intention entrepreneuriales des étudiants de fin de formation

**Tableau N° 21 : La procédure de l'obtention du financement de projet par les enquêtés.**

<b>Procédure d'obtention de financement</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Par crédit bancaire	08	80
Par ANSEJ	01	10
Par ANEM	01	10
Total	10	100

La lecture des données présentés ci-dessus désigne que la majorité des enquêtés soulignent la procédure de leurs obtention du financement avec une fréquence de 08, par crédit bancaire. Cela s'explique par l'un des enquêté qu'a dit « *par crédit bancaire, parce que est plus facile d'obtenir le financement, il suffit d'avoir quelque chose pour la garantie la banque vous cédera le crédit* »

En deuxième lieu on trouve une homogénéité dans la fréquence de 01 évoquées par les enquêtes à savoir l'ANSEJ et ANEM comme procédure d'obtention de financement.

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

**Tableau N° 22 : L'accessibilité des enquêtés aux informations qui pourraient guidé leurs projets**

<b>Accès aux informations</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Oui	04	40
Non	06	60
Total	10	100

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

D'après les données de ce tableau on constate que la majorité des enquêtés avec une fréquence de 06 considèrent qu'ils n'ont pas l'accès aux informations nécessaires pour guider leur projets ; cela nous fait comprendre qu'il ya une manque des informations divers à savoir les conseils spécialisé, un formateur dans le domaine ou formation en entrepreneuriat que pouvait nourrir l'intention entrepreneuriale de nos enquêtés afin de mène à terme leur projets

Pour certains enquêtés avec une fréquence de 04 affirment avoir eu des informations pour guider leur projets. Cela s'explique pour ceux qui disent avoir un entrepreneur dans l'entourage familial que ce soit père, frère, cousin, oncle ou des amis ou un entrepreneur dans son entourage externe.

Nous déduisons a partir de ce résultats que l'absence des informations rapportant aux conseils, finance et formation initiale freinent la concrétisation des projets d'avenir des étudiants de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale.

**Tableau N° 23 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant aux difficultés d'accéder aux informations relatives à leurs projets**

<b>Accès aux informations</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Absence de conseillers spécialisés	05	35,71
Absence d'association professionnelle dans le domaine choisit	02	14,28
Formation universitaire trop théorique	04	28,57
Formateurs non spécialisés dans le domaine	03	21,42
Total	14*	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes soit (10) suite à la multiplicité des réponses

Les données présentées dans tableau ci-dessus signifient que la majorité des enquêtés avec une fréquence de 05 ont évoqué l'absence des conseillers spécialisé comme raison des difficultés d'accéder aux informations relative à leur projet. Cela s'explique par le manque de spécialiste dans le domaine que pourrait aider à orienter leur projet d'avenir par des conseils rapportant au domaine choisit.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En deuxième lieu on remarque que la raison de difficultés d'accéder aux informations c'est la formation universitaire qu'est trop théorique avec une fréquence de 04. En troisième lieu avec une fréquence de 03 est présenter comme raison de la difficulté d'accès aux informations comme suit, le formateur non spécialisé dans le domaine.

En dernier lieu nous constatons qu'un autre facteur considère comme raison de difficulté c'est l'absence de l'association professionnelle dans le domaine avec une fréquence de 02.

D'après SHAPERO ET SOKOL citer dans le cadre théorique (P.34) : affirment que la perceptions de faisabilité d'entreprendre se construit sur les perceptions de variables de soutien et d'aides de différent nature, à savoir la presse spécialisée, l'aide du conjoint ou amis proches les conseils et la formations en entrepreneuriat.

Nous déduisons a partir de ce résultats que l'inexistence des conseillés spécialisé dans le domaine, est un obstacle que freine et même tue la réalisation des projets des jeunes et en particulier les étudiants de fin de formation faculté de SEGC au stade de l'intention, et même de la réalisation des projets. Ainsi le manque de renforcement de la formation initiale par des stages pratiques et des spécialistes dans le domaine ou spécialité universitaire ne permet pas ces jeunes d'avoir une expérience de la réalité professionnelle et même de contribuer dans l'émergence de l'intention d'entreprendre dans l'avenir. Et finalement la manque des associations professionnelle que peuvent joue un rôle importante dans ce sens freinent elle aussi l'émergence d'esprit d'entreprise.

**Tableau N° 24 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant aux facilités d'accéder aux informations relative à leur projets**

<b>Facilité d'accéder aux informations</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Existence d'un entrepreneur dans l'entourage familiale	03	30
Existence des réseaux sociaux avec les proches et les amis	07	70
Total	10	100

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En fonction de ce tableau nous constatons que la plupart de nos enquêtés avec une fréquence de 07 affirment avoir eu la facilité d'accéder aux informations relative à leur projet à travers des réseaux sociaux, les proches et les amis.

Ensuite suivi d'existence d'un entrepreneur dans l'entourage familiale avec une fréquence de 03 considère par nos enquêtés comme personnes ayant contribué à l'accès des informations relative à leur projet.

A travers ce résultats nous trouvons que les réseaux sociaux (les proches et les amis ; compris l'entourage familial) joue un rôle primordiale dans les aide relatives aux accès des informations divers concernant la réalisation des projets des étudiants de fin de formation de la faculté SEGC.

### **Tableau N° 25 : Le recours des enquêtés aux organes spécialisés en vue d'une orientation**

<b>Les organes consultés</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
ANSEJ	04	35,29
ONGM	02	23,52
BDL	01	17,64
Aucun organe spécialisé	04	23,52
Total	11*	100

\* Le nombre des réponses est supérieur au nombre d'enquêtes soit (10) suite à la multiplicité des réponses.

En fonction des données de ce tableau on constate que le recours à l'ANSEJ par la majorité avec une fréquence de 04 est pour les accompagner dans les procédures administratives, parce qu'elle est médiatisée ils entendent souvent parler de l'ANSEJ ainsi il ya beaucoup de jeunes qui ont fait recours à ce dispositif et ils ont même concrétisé leur projets.

En deuxième lieu on trouve ceux que dissents n'ont pas fait recours à aucun organe spécialisé avec une fréquence de 04. Cela est affirmé par les enquêtés que justifient que ces organes n'ont pas dotée de spécialistes qu'on la connaissance du domaine afin de les orienter, mais elle fait que contribuer seulement à retarder la procédure de concrétisation de leur projets.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En troisième lieu on remarque avec une fréquence de 02, ceux qu'on fait recours à ONGM qu'affirment que l'orientation fourni par ce dispositif est plus consistante et concrète par rapport aux autres. En dernière on a observe le recours à BDL avec une fréquence de 01. Que s'explique par le crédit qu'elle accorde pour la réalisation du projet.

On déduit que le recours d'enquêtés à ce dispositif est lié seulement à quelques orientations à savoir l'accompagnement, les procédures administratives, la forme d'obtention du financement de leur projet mais que reste de tout même considère comme insuffisante pour permettre ces jeunes à remédier leur projet avec la souplesse.

**Tableau N° 26 : L'avis des enquêtes sur la qualité des conseils des organes spécialisés**

<b>La qualité des conseils</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Information approfondies	02	28,57
Information superficielles rapportant aux procédures administratives	05	71,42
Total	07*	100

\*Le total est moins de 10 car il s'agit simplement des enquêtés ayant consultés les organes spécialisés.

Selon le tableau ci-dessus, nous constatons que la majorité des enquêtés avec une fréquence 05 révélant que la qualité des conseils des organes spécialisés est superficielle rapportant aux procédures administratives, cela veut dire que les conseils apporter par ce derniers s'oriente plus vers les formalités administratives et que ne doit pas être la seule orientation, pour inciter les porteurs des projets qu'on besoin d'une orientation plus spécialisés dans le domaine choisit.

Enfin nous avons remarque que seulement avec une fréquence de 02 ce sont des enquêtés qu'affirment que les conseils des organes spécialisés sont bonne ce que n'a pas fait l'uniformité par l'avis d'ensemble des enquêtés ; cela nous amène à comprendre que ce sont des enquêtés qu'ont eu l'information sur ces organes de la part de leur antécédent au quelqu'un dans leur entourage qu'a pu influence leur attitude vis-à-vis de la qualité de conseils de ces organes.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

On peut conclure à partir de ces résultats que les organes spécialisés doivent revoir leur politique des conseils afin de donner le même privilège à tous les porteurs du projet que sollicitent leurs conseils.

**Tableau N° 27 : L'avis des enquêtés quand aux obstacles qui pourraient empêcher la réalisation de leur projet**

<b>Les obstacles</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Manque d'informations sur le projet	05	28,57
Inadéquation des caractéristiques personnelles avec les exigences du projet	02	71,42
<b>Total</b>	<b>07*</b>	<b>100</b>

\*le nombre des enquêtés est inférieur à 10 car il s'agit simplement des enquêtés qui n'ont pas d'information approfondie sur leur projet et ceux qui jugent n'avoir pas les caractéristiques personnelles pour entreprendre.

En analysant ce tableau nous avons remarqué que la plupart des enquêtés avec une fréquence de 05 disent que le manque d'information sur le projet est un obstacle ; cela s'explique par l'absence d'informations divers telles que : les conseils de la part des organes spécialisés, l'information sur le domaine choisi, tout cela peut contribuer à freiner leur projet.

Suivi de l'inadéquation des caractéristiques personnelles avec les exigences du projet qui est considérée par les enquêtés comme un obstacle à la réalisation du projet avec une fréquence de 02.

On peut conclure à partir de cette remarque que le manque des informations rapportant aux informations divers conseils, financière et formation initiale qui freinent leur intention de création.

**Tableau N° 28 : L'avis des enquêtés sur la contribution de leur formation universitaire initiale dans la réalisation de leurs projets**

<b>Le rôle de la formation universitaire initiale</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Facilite la réalisation du projet	03	30
Ne Facilite pas la réalisation du projet	07	70
Total	10	100

Le tableau ci-dessus montre l'avis des enquêtés sur la contribution de leur formation initiale dans la réalisation de leurs projets. En effet, on constate que cette formation initiale ne facilite pas la réalisation de leur projet d'avenir avec une fréquence de 07. Cela s'explique par les enquêtés qu'affirme que la contenu de leur formation est trop théorique, l'inexistence du formateur spécialisé dans le domaine, absence du stage pratique et périodique.

D'un autre coté on remarque que la formation initiale facilite la réalisation de leur projet d'avenir avec une fréquence de 03 cela est justifié par certains enquêtés qu'affirment qu'il ya une adéquation entre leur formation et la réalisation de leur projets parce qu'ils étudier des modules que traite de la gestion , du contrôle, de comptabilité, de l'entrepreneuriat même et autre que peux les permettre de réaliser leur projets.

On déduit que malgré une faible contribution de la formation initial dans la réalisation des projets elle reste très important de le rôle qu'elle pourra joue dans la consolidation des projets des étudiants d'une manière générale.

### **1.6- Présentation des résultats relatifs au profil entrepreneuriale des étudiants de fin de formation**

**Tableau N° 29 : L'avis des enquêtés quand au besoin de relever les défis**

<b>Aimer relever le défi</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Oui	03	30
Non	07	70
Total	10	100

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

La lecture des données présentés dans le tableau ci-dessus, montre qu'avec une fréquence de 07 enquêtés qu'affirment n'a pas aimer relever le défi. Suivies d'une fréquence de 03 avoir affirmé qu'ils aiment relever le défi.

Ces résultats nous permettent de constater que la majorité de nos enquêtés ce sont ceux que n'ont pas reçu la socialisation au sein de leur famille, que n'ont pas la confiance en soi, avec une difficulté d'adaptation au changement et de faible capacité de résolution de problème. Par contre que la minorité indique dans le tableau ci-dessus Présentent ces prédispositions que les permettent ainsi de concrétiser leur projet d'entreprise et progresser dans la vie.

Donc cela nous mène a dire que nos enquêtés n'aime pas relever les défis qu'est un type de profil considéré par **P. Julien et M. Marchesnay dans la cadre théorique (P.27)** comme l'un des objectifs de l'entrepreneur et dans ce cas avoir ce profil, qui est la preuve du succès, de bon choix et de bonne décision pour un entrepreneur.

**Tableau N° 30 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant au besoin de relever les défis**

<b>Les raisons de relever les défis</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Progresser dans la vie	04	50
Avoir des benefices	02	25
Surmonter les difficultés tout seule	01	12,5
Acquérir plus de connaissance et expérience	01	12,5
Total	08*	100

\* Le total est supérieurs au nombre d'enquêtes qui aime relever les défis soit (03) suite à la multiplicité des réponses.

D'après ce tableau nous constatons que la majorité de nos enquêtés avec une fréquence de 04 affirment que la raison pour laquelle ils aiment relever le défi est pour progresser dans la vie. Avec une fréquence de 02 pour ceux que disent c'est pour avoir des bénéfices. Et de deux homogénéité dans la fréquence de 01 que affirment que leurs raisons c'est de surmonter les difficultés tout seule et acquérir plus de connaissance et expérience.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

A partir de ce résultat nous constatons que certains de nos enquêtes sont prédisposées à relever le défi cela s'explique par forte besoin du changement que recherche ce dernière afin de se sentir réalisable dans la vie.

**Tableau N° 31 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'absence de besoin de relever le défis**

<b>Raisons de l'absence de relever les défis</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
La socialisation au sein de la famille	01	8,33
Absence de confiance en soi	05	41,66
Difficulté d'adaptation aux changements	03	25
Absence de capacité nécessaire à la résolution de nouveau problème	04	33,33
Total	12	100

\* Le total est supérieurs au nombre d'enquêtes qui n'aime pas relever les défis soit (08) suite à la multiplicité des réponses.

Le tableau ci-dessus montre que la raisons de l'absence de relever les défis par la majorité de nos enquêtés c'est l'absence de confiance en soi avec une fréquence de 05.

En deuxième lieu vient l'absence de capacité nécessaire à la résolution de nouveau problème avec une fréquence de 04. Suivi de une fréquence de 03 qu'évoque la difficulté d'adaptation aux changements comme raison d'absence de relever le défi. En dernier lieu on voit l'absence de socialisation au sein de la famille comme un autre raison de cette absence de relever le défi avec une fréquence de 01.

Ces résultats nous font savoir que l'absence d'esprit de relever le défi influence négativement sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation.

**Tableau N° 32 : L'attitude des enquêtés face aux risques**

L'attitude positive face aux risques	F	%
Oui	03	30
Non	07	70
Total	10	100

Conformément aux résultats cités ci-dessus nous constatons que la majorité de nos enquêtés avec une fréquence de 07 disent qu'ils n'ont pas l'attitude face au risque. Cela s'explique par le besoin d'éviter le discrédit de la famille et son environnement et d'éviter de perdre leurs ressources financières.

Suivi d'une fréquence de 03 des enquêtés qui ont l'attitude face au risque. La prise de risque est l'une des caractéristiques entrepreneuriales que tout bon entrepreneur ou ceux qui ont l'intention doivent avoir et même l'adopter dans son comportement de tous les jours car comme le disent les entrepreneurs eux-mêmes « qui ne risque rien dans le métier d'entrepreneuriat aura rien en retour ».

Après avoir analysé ce tableau on remarque que nos enquêtés ne présentent pas l'attitude face au risque qui est l'un des prédispositions ou l'un des caractéristiques nécessaires pour l'émergence d'esprit d'entreprise ou de créer une entreprise.

**Tableau N° 33 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'attitude positive face au risque**

Les raisons d'attitude positive face au risque	F	%
Amélioration continue de produit	05	41,66
Développement permanente de mes capacités	04	33,33
Honoré mes engagements vis-à-vis du client	03	25
Total	12*	100

\* Le total est supérieur au nombre d'enquêtes qui ont l'attitude positive face au risque soit (03) suite à la multiplicité des réponses.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

D'après le tableau ci-dessus nous constatons que l'un des raisons d'attitude positive face au risque évoquée par nos enquêtés avec une fréquence de 05 citent l'amélioration continue de produit. Suivi du développement permanent de leurs capacités avec une fréquence de 04. En dernière lieu honoré leurs engagements vis-à-vis du client est aussi un autre raison de l'attitude positive de nos enquêté face au risque avec une fréquence de 03.

A partir de ce constats nous déduisons que les jeunes veulent toujours réaliser quelque chose selon leurs propres initiatives, montrer aussi toutes leurs capacités et mieux gérer et maîtriser leur temps. Aussi on peut dire la conscience des jeunes de leur force est un facteur important dans le choix de la création d'entreprise. Ils font valoir des motivations nouvelles de plus en plus individuelles, privilégiant l'épanouissement de la personne, et de moins en moins liées à la quête d'un statut social. Cela vaut autant pour la création d'entreprise que pour les préférences professionnelles. Cela nous mène à confirmé qu'ils font le choix de se lancer dans l'aventure de création d'entreprise en sachant ce qu'ils veulent.

**Tableau N° 34 : Les raisons évoquées par les enquêtés quant à l'attitude négative face aux risque**

<b>Les raisons d'attitude négative face au risque</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Eviter le discrédit de la famille et son environnement	05	30
Eviter de perdre mes ressources financières	06	70
Je n'aime pas parier	03	30
Total	10*	100

\* Le total est supérieurs au nombre d'enquêtes qui ont l'attitude négative face au risque soit (07) suite à la multiplicité des réponses.

Conformément aux résultats de tableau ci-dessus la raison évoquée par majorités des enquêtés quand à l'attitude négative face aux risque est d'éviter de perdre leurs ressources financières avec une fréquence de 06.

En deuxième lieu vient le motive d'éviter le discrédit de la famille et son environnement avec une fréquence de 05 comme cause de l'attitude négative face au risque.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En dernier lieu on constate ceux qu'affirment n'aime pas parier comme un autre raison de l'attitude négative face au risque avec une fréquence de 03.

Cela peut se résumer l'effet que notre population est composé de jeunes et ce dernier ne prennent pas trop de risques. Ils se lancent dans les affaires lorsqu'ils sont quasiment sûrs de la réussite. Cependant, la tolérance des jeunes face aux risques est grande dû fait de leur faible expérience, de l'insuffisance de leurs capitaux propres et de l'absence de soutiens voulu.

### **Tableau N° 35 : Proposition des enquêtés pour faciliter et concrétiser les projets des étudiants d'une manière générale**

<b>Les propositions des enquêtés</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Inculquer aux jeunes le sens de responsabilité et de prise en charge individuel dès le jeune âge	02	11,11
Renforcer les organes spécialisées dans la création d'entreprises par les conseillers, experts, dans l'orientation, l'information et l'accompagnement des jeunes entrepreneurs	06	33,33
Organisation de colloques nationale et internationale sur l'entrepreneuriat et ses différents projets	02	11,11
Compléter la formation universitaire par les stages pratiques dans les entreprises notamment les petites entreprises	03	16,66
Alléger la procédure administrative relative, aux prix bancaire, assurances etc.	05	27,77
<b>Total</b>	<b>18*</b>	<b>100</b>

\* Le total est plus de 10 vu la multiplicité des réponses par certains enquêtés

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

En analysant ce tableau, nous constatons que les propositions des majorités de nos enquêtés pour faciliter les projets des étudiants d'une manière générale avec une fréquence de 06. Proposent de renforcer les organes spécialisées dans la création d'entreprise par les conseillers, experts, dans l'orientation, l'information et accompagnement des jeunes entrepreneurs.

Suivi d'une fréquence de 05 que recommandent d'alléger la procédure administrative relative, aux prix bancaire, assurances. Ensuite suivi de ceux qui plaident pour compléter la formation universitaire par le stage pratique dans les entreprises notamment les petites entreprises avec une fréquence de 03. Et finalement vient avec une homogénéité dans le fréquence de 02 ; qu'appelant pour inculquer aux jeunes le sens de responsabilité et de prise en charge individuel dès jeunes âge, et de l'Organisation des colloques nationale et internationale sur l'entrepreneuriat et ses différents projets.

Ces résultats nous donnent la possibilité de synthétiser que l'entrepreneuriat des jeunes en particulier des étudiants d'une manière générale doit être encouragé et favoriser par une culture entrepreneuriale et les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrière et les fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme.

Celle-ci contribuera à remédier certains problèmes sociales qu'affectent cette couches à savoir le chômage, l'insertion sociale etc.

### Les résultats de l'enquête :

L'enquête qu'on a effectué auprès des étudiants de fin de formation de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale à l'université de Bejaia, sur la contribution à la compréhension des conceptions caractéristiques et intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation, nous a permis de recueillir des informations très importantes concernant notre thème de recherche comme elle nous a permis aussi de répondre aux questions posées dans la problématique et de vérifier chacune de nos hypothèses de recherche.

On constate que l'existence d'une idée ou d'un projet de création d'entreprise favorise l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de formation de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale. Par l'idée des étudiants vis-à-vis de la création, et de la influence de l'entourage (amis), et en effet cette intention ne s'explique pas uniquement par l'idée vis-à-vis de la création d'entreprise, et l'influence des amis, mais aussi à l'égard d'une situation sociale plus dégradée c'est-à-dire (le fait d'échapper au chômage), donc l'entrepreneuriat constitue pour ces jeunes aussi une voie d'évitement de difficultés d'insertion sociale. Cela est confirmé par nos enquêtés.

Notre recherche nous à révèle que le besoin d'accomplissement de l'autonomie et le besoin de satisfaire les vœux des parents représentent les fondements de la motivation qui influent positivement sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC. Cela est confirmé par la majorité des enquêtés qui réclament l'autonomie comme motivation principal avec une fréquence de 05 suivi d'amélioration des conditions matérielles de la famille avec une fréquence de 04. Cela est justifié par cette catégorie qui voie dans la création d'entreprise, une façon d'être libre et ne pas avoir à suivre des ordres d'un supérieur hiérarchique, d'assurer sa propre indépendance et un certain mode de vie plus aisé. Et satisfaire les souhaits de la famille vis-à-vis du statut sociale que ce dernier envisage pour eux et améliorer leurs conditions matérielles.

Nous avons déduit que le modèle d'affaires coopératif influence sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de fin de formation de la faculté de SEGC. Cela est confirmé par nos enquêtés qui on confirmer que c'est un moyen d'assurer la réussite de leur projet, de s'entraider afin d'assumer mieux leur responsabilités et à mieux prendre les décisions.

## Chapitre V : Interprétation et Analyse des résultats de la recherche

L'enquête nous a permis de confirmer que l'indisponibilité des ressources se rapportant aux informations diverses conseils, formation initiale, et la finance entravent l'intention entrepreneuriale des étudiants avec une fréquence de 06 (voir le tableau 18). D'après nos enquêtés l'absence des conseillers spécialisés, de l'association professionnelle dans le domaine choisit, une formation universitaire trop théorique et l'absence des formateurs dans le domaine constituent la raison de l'indisponibilité des ressources se rapportent aux informations divers qui peuvent permettre l'intention entrepreneuriale.

Nous avons déduit que le profil entrepreneurial favorable des étudiants de fin de formation de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale influe positivement sur leurs intentions entrepreneuriales. Cela a été infirmé due à l'absence de profil nécessaire de nos enquêtés à l'entrepreneuriat, ceux-ci est confirmé par les réponses de nos enquêtés dans les tableaux.

# Conclusion générale

## **Conclusion générale et propositions :**

L'enquête que nous avons menée auprès des étudiants de fin de formation à la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale, nous a permis de comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales de ces derniers, en montrant les facteurs déterminant l'intention entrepreneuriale en amont autrement dit avant même de procéder à la création de leurs entreprises, leurs profils entrepreneuriaux (motivation, aptitude, attitude), vis-à-vis de l'entrepreneuriat et leur forme d'entreprendre privilégiées.

Nos résultats ont prouvé la pertinence de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) dans l'explication de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de fin de formation de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciale.

Le modèle d'Ajzen (1991) a été validé et les trois antécédents de l'intention entrepreneuriale à savoir : l'attitude personnelle vis-à-vis de la création d'entreprise, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu prédisent significativement l'intention de créer une entreprise chez les étudiants.

En effet, on a constaté que les étudiants enquêtés sont âgés entre 25 à 28 ans issu de différentes spécialités, d'un état matrimonial célibataires, leurs idées ou projets d'entreprises sont influencés par leur attitudes et l'influence de leur entourage plus concrètement les amis sur la création d'entreprise. leurs motivations majeurs est d'être leur propre patron c'est-à-dire autonome et de satisfaire les vœux de leur famille en améliorant leurs conditions matérielles. Le modèle d'affaire privilégié par la plupart des étudiants enquêtés c'est le modèle d'affaire coopératif qu'ils voient comme un moyen pour assurer la réussite de leur projet, de s'entraider pour mieux assumer leur responsabilités et aussi elle les aide à mieux prendre les décisions. Leurs profils entrepreneuriaux influent négativement sur leur intention d'entreprendre due à l'absence du sens de relever le défi, la prise de risque qu'est l'un des profils nécessaires à l'entrepreneuriat.

A cet effet, on a constaté qu'il est nécessaire d'inculquer aux jeunes le sens de responsabilité et de prise en charge individuel dès le jeune âge, renforcer les organes spécialisées dans la création d'entreprises par les conseillers, experts, dans l'orientation, l'information et accompagnement des jeunes entrepreneurs,

organisation des colloques nationale et internationale sur l'entrepreneuriat et ses différents projets, compléter la formation universitaire par les stages pratiques dans les entreprises notamment les petites entreprises et alléger la procédure administrative relative, aux prix bancaire, assurances, etc.

Aussi, pour encourager l'esprit d'entreprise, il importe aussi de prendre la dimension culturelle. Dans ce cadre, les médias peuvent jouer un rôle non négligeable et ce en présentant des modèles d'entrepreneurs réussis, et diffuser des informations sur le rôle positif de l'entrepreneuriat dans la société.

L'Etat aussi peut intervenir en présentant et valorisant les entrepreneurs modèles en leur offrant des prix. Cette action est de nature à faire reconnaître au public l'importance de l'entrepreneuriat dans la société.

Comme tout travail de recherche, notre travail comporte certaines limites.

Nous nous sommes limités dans la présente recherche à la prédiction de l'intention de créer une entreprise et nous n'avons pas inclus l'étape de création d'entreprise. De même, nous nous sommes limités à l'étude de l'intention entrepreneuriale des étudiants de la faculté de sciences économiques de gestion et commerciale à l'université A. Mira de Bejaia. Il serait intéressant d'élargir l'échantillon de l'étude sur d'autres facultés. Ceci permettra d'avoir une vision plus large afin de mieux déterminer l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia.

# La liste bibliographique

## LISTE BIBLIOGRAPHIQUE

### **I- Les Ouvrages :**

1. FAYOLLE. A, Introduction à L'Entrepreneuriat, Ed. Dunod, Paris, 2005.
2. VERSTREATE. Thierry ; histoire d'entreprendre la réalité de l'entrepreneuriat, Éd.EMS Management et sociétés, Paris, 2000.
3. STEINER, Phillipe, la sociologie économique, Ed. Le découvret, Paris,
4. SADI. N-E, la privatisation des entreprises publiques en Algérie, Éd. OPU, Algérie, 2005.
5. BOUYACOUB, Ahmed et autres ; de la gouvernance de PME/PMI, regard croisé France Algérie, Éd. L'Harmattan, Paris, 2006.
6. ANDRÉ Pierre, MARCHESNAY M. Julien, L'entrepreneuriat, éd. Economica, Paris, 1996.
7. Fayolle A., Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre, éd. Dunod, « Gestion sup » Paris, 2004.
8. FILLION. L. J, Visions et relations : Clés du succès de l'entrepreneur, Les Éditions de l'entrepreneur, Canada, 1997.
9. ABDOU. Abderrahmane, BOUYACOUB. Ahmed et autres. Entrepreneur et PME, approches algéro-françaises. Édition l'ARMATTAN, Algérie, 2004.
10. ANDRÉ Pierre, MARCHESNAY M. Julien, L'entrepreneuriat, éd. Economica, Paris, 1996.
11. TORRES. O, Les PME, éd. Flammarion, Paris, 1999.

### **II- Les Revues :**

12. Melbouci. L, « le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, octobre, 2008.

13. APSI, Agence pour la Promotion et Soutien à l'Investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement.
14. Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne Entreprise, et de la promotion de l'investissement, bulletin d'information, statistique n° 17, 1ere semestre 2010.
15. Évaluation des capacités de promotion des investissements de l'agence National de Développement de l'investissement, Rapport de la conférence des Nations Unies sur le commerce et le Développement, Genève, 2005.
16. Actes des Assises nationales de la PME, Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, 2004.
17. Nations Unies, commission économique pour l'Afrique, Bureau pour l'Afrique du Nord, XXIIIe réunion du comité intergouvernemental d'experts (CIE), Rabat (Maroc), 10-13 mars. In Samia Gharbi, 2008.
18. FCEI (Fédération canadienne de l'Entreprise Indépendante) Perspective d'embauche : les attentes des Jeunes et des PME en matière d'emploi, 2000.
19. GUILLAUME (1998), communication au 8ème Congrès international francophone en Entrepreneuriat et PME. 25, 26, 27 octobre 2006, haute école de Gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

### **III- Thèses :**

20. Azzedine Tounes, l'intention entrepreneuriale, Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, Paris, 2003.
21. FAYOLLE. À, « Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs française », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Jean Moulin — Lyon3, 1996.
22. Bruyat. C, « Création des entreprises : Contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat de sciences de gestion, ESA- Université de Grenoble II, 1993.

23. Reynolds (1991), cité par WANG. Y : « l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs », thèse pour l'obtention de doctorat en génie industriel, École centrale de Lille, Paris, 2010.
24. FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, Thèse de doctorat, Université de Tizi-Ouzou, Algérie, 2012.

#### **IV- Ouvrages de Méthodologie :**

25. ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah, Alger, 1997.
26. GRAWITZ Madeleine, Méthodes des sciences sociales, 11<sup>e</sup> Éd. Dalloz, Paris, 2001.
27. AKTOUF Omar, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, Éd. Presse de l'université du Québec, Canada, 1987.
28. QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc Van, Manuel de recherche en science sociale, 2<sup>e</sup> Éd., Paris.

#### **V- Les Dictionnaires :**

29. GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales, 7<sup>e</sup> Éd. D'organisation, Paris, 2002.
30. SILLAMY Norbert, Dictionnaire encyclopédie de psychologie, éd. Bordas, Paris, 1980.
31. AKOUN André, ANSART Pierre ; Dictionnaire de sociologie, éd. Collection le Robert/seuil, Paris, 1999,

## **VI- Webographie :**

32. [Www.wikipedia.Org/wiki/charte.](http://www.wikipedia.org/wiki/charte)
33. [Www.wikipedia. Org/wiki/coop.](http://www.wikipedia.org/wiki/coop)
34. [Http://www.teteamodeler.com/scolarite/motivation/maslow5.asp.](http://www.teteamodeler.com/scolarite/motivation/maslow5.asp)
35. [Www.google.org/autonomie.](http://www.google.org/autonomie)

# Les annexes

## GUIDE D'ENTRETIEN :

### **I. Données Personnelles**

1. Quelle est votre âge ?
2. Sexe ? Masculin :       Féminin :
3. Situation matrimoniale ? Mariée (e)       Célibataire       Veuf (ve)   
Divorcé (é)
4. Quelle sont les niveaux d'instruction de vos parents ?  
Père : .....Mère : .....

### **II. Questions concernant l'intention entrepreneuriale.**

5. Avez-vous une idée ou un projet de création d'entreprise ? si oui, en quoi consiste ce projet ?
6. Comment cette idée ou projet est-il (elle) né (e) ou germé(e) ?
7. Avez-vous déjà travaillé ou exercer dans le domaine de votre projet ?
8. A votre avis quelle est l'importance de créer une entreprise ?

### **III. Questions concernant les motivations relatives à l'intention entrepreneuriale**

9. Quelles sont les raisons ou motivations qui vous poussent à concrétiser votre projet dans l'avenir ?
10. Existe-t-il un entrepreneur dans votre famille ou dans votre entourage qui ont influencé votre décision personnelle par rapport à votre projet actuel ?

11. Pensez-vous avoir les caractéristiques nécessaires pour réaliser votre projet de création d'une entreprise ?
12. Ya t-il un lien entre votre projet et les vœux de vos parents ? si oui expliquer ce lien ? et quel est le rôle ou la contribution des parents à la consolidation de ce projet ?

#### **IV. Questions sur le modèle d'affaire privilégié par les étudiants en fin de formation**

13. Dans quel modèle d'affaire peut-on situer votre projet actuel ?
14. Pourquoi vous avez choisit ce modèle ?
15. A votre avis quelle est l'importance du modèle que vous souhaitez réalisé ?

#### **V. Questions sur l'accessibilité aux ressources et l'intention entrepreneuriale ?**

16. Avez-vous une idée sur la procédure d'obtention du financement de votre projet ?
17. Pensez-vous avoir des informations factuelles qui pourraient guider votre projet ? et pourquoi ?
18. Avez-vous eu des conseils sur la concrétisation de votre projet de la part des organes spécialisés ou autres? Si oui quels sont ces organes, et comment juger vous ces conseils ?
19. Quels sont les obstacles qui pourraient empêchés la réalisation de votre projet ?
20. Pensez vous que votre formation universitaire initiale pourrait faciliter la réalisation de votre projet dans l'avenir et pourquoi ?

**VI. Questions concernant le profil entrepreneurial et l'intention d'entreprendre**

- 21. Pensez-vous être une personne qui aime relever les défis ? dans les deux cas de réponse dite pourquoi ?
- 22. Pensez-vous avoir des attitudes positives face aux risques ? dans les deux cas de réponse dite pourquoi ?

**VII. Question concernant la perspective**

- 23. Que proposez-vous pour faciliter et consolider les projets d'avenir des étudiants de fin de formation d'une manière générale ?

.....

.....

.....

.....

.....