

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane. Mira de Béjaïa



Faculté des Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Département des sciences de gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention de Diplôme de Master en sciences de gestion

Option : L'entrepreneuriat

Thème

**L'intention entrepreneuriale en sciences sociales sous le
paradigme de Shapero et Sokol : cas des étudiants campus
aboudaou**

Préparé par :

M^{elle} MEHENNAOUI Siham

M^{elle} OUSSADI Melissa

Soutenu le 20 Juin 2023 devant le jury composé de :

Président	M.Amghar	U. A/Mira Béjaïa.
Examineur	A.Dermel	U. A/Mira Béjaïa.
Encadrant	H.Zidelkhil	U. A/Mira Béjaïa.

Année universitaire : 2022/2023

Remerciements

Avant tout, on remercie le grand dieu de nous avoir donné le courage, la patience et la volonté afin d'aboutir à l'accomplissement de ce travail

Nos remerciements s'adressent aussi aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce modeste travail.

Nous remercions également les étudiants que nous avons enquêtés, d'avoir accepté de collaborer en répondant soigneusement à nos questions.

Au terme de ce modeste travail nous tenons à remercier chaleureusement et respectivement tous ceux qui ont

Contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire

Melissa et Siham

Dédicace

Tout au début, On tiens à remercier le bon dieu de m'avoir donné la force, la volonté et la sagesse d'être patient dans mes études. C'est avec un réel plaisir qu'on tiens à présenter ces mots de remerciements à tous ceux qui nous a accompagnés ; conseillés et soutenu tout au long de ce travail

A nos très chers parents, pour leurs sacrifices leurs amours leurs tendresses leurs soutiens leurs patiences et confiances toute au long de nos vie

A nos très chères sœurs et frères

Et à nos très chers amis qui étaient ainsi à nos cotés.

Melissa et Siham

LISTE DES ABREVIATIONS

ANDI	:	Agence Nationale de D éveloppement de l'Investissement
ANGEM	:	Agence Nationale de G estion du M icrocrédit
ANSEJ	:	Agence Nationale de S outien et de l' E mloi des J eunes
CAP	:	C roissance, A utonomie, P érennité
CNAC	:	Caisse Nationale d'Assurance C hômage
PME	:	P etite M oyenne E ntreprise
GRH	:	G estion des R essources H umaines
TCP	:	T héorie du C omportement P lanifié
GEM	:	G lobal E ntrepreneurship M onitor
PIC	:	P érennité- I ndépendance- C roissance
CSIP	:	C onfiguration S tratégique I ntantanée P erçue
MRH	:	M anagement des R essources H umaines

SOMMAIRE

INTRODUCTION	01
I. CHAPITRE I	
<i>Introduction</i>	04
Cadre théorique et concept : entrepreneuriat et l'entrepreneur	05
Approche et paradigme	13
La trilogie de l'entrepreneuriat	19
<i>Conclusion</i>	22
II. CHAPITRE II	
<i>Introduction</i>	24
L'intention entrepreneuriale : définition et concepts.....	25
Les modèles de l'intention entrepreneuriale.....	31
Les limites du modèle d'intention entrepreneuriale	38
<i>Conclusion</i>	39
III. CHAPITRE III	
<i>Introduction</i>	41
La démarche méthodologique.....	41
Analyse descriptive de données.....	42
<i>Conclusion</i>	55
Conclusion générale.....	57

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Le phénomène de l'entrepreneuriat intrigue les chercheurs dans le domaine depuis des années, voire des décennies. Celles-ci visent à identifier les déterminants du comportement entrepreneurial. En conséquence, plusieurs approches ont émergé. Certains d'entre eux mettent en évidence des traits de personnalité, d'autres se concentrent sur la démographie, etc. Parallèlement, certains auteurs privilégient une approche processus des phénomènes entrepreneuriaux (reconnaissance des opportunités, émergence organisationnelle, vision entrepreneuriale, projets entrepreneuriaux, etc.).

L'entrepreneuriat et l'esprit d'entreprise sont reconnus comme des moteurs importants de la croissance économique, de l'emploi, de l'innovation, de la productivité et de la création d'emplois et de richesse. Au fil des décennies (à partir des années 1970), cette reconnaissance s'est affirmée, dans la mesure où les décideurs politiques des organisations internationales reconnaissent clairement l'importance de l'entrepreneuriat et affirment son engagement à améliorer l'environnement entrepreneurial en supprimant les obstacles.

Par ailleurs, l'entrepreneuriat est associé à l'activité économique, actions humaines qui incluent la création ou le développement d'une activité économique pour créer de la valeur en identifiant et en développant de nouveaux produits, procédés ou marchés. En ce sens, l'entrepreneuriat est un phénomène qui se manifeste sous de nombreuses formes différentes et produit de multiples résultats dans l'ensemble de l'économie.

En outre, l'entrepreneuriat est un processus complet de mesures qui se concentre non seulement sur la création de richesse, mais aussi sur des facteurs allant des conditions du marché et des cadres réglementaires aux conditions culturelles et financières.

En Algérie, l'entrepreneuriat est une priorité pour de nombreux acteurs. Cette focalisation sur l'entrepreneuriat peut être interprétée comme une reconnaissance du rôle important de l'entrepreneuriat dans le développement économique des pays. Différentes actions en faveur de l'entrepreneuriat en Algérie témoignent ainsi de la volonté du pays d'encourager l'initiative privée.

Cependant, malgré ce dynamisme et l'existence de multiples organismes d'accompagnement et

de parrainage, le phénomène entrepreneurial n'a pas encore atteint son plein potentiel, comme en témoigne le taux de chômage élevé, notamment dans la catégorie des jeunes (taux de chômage), un nombre important de demandes de financement sont bloqués ou rejetés par les organisations responsables, et/ou la suspension des activités et l'abandon se produisent souvent aux stades initiaux des projets en raison de divers obstacles. De plus, dans le contexte algérien, ce phénomène est qualifié "Entrepreneuriat nécessaire", car l'entrepreneur algérien a créé son entreprise en fonction des contraintes sociales, c'est-à-dire en fonction des besoins et non pour saisir des opportunités.

Pour promouvoir l'entrepreneuriat, il est important de comprendre les différents facteurs qui peuvent influencer les intentions entrepreneuriales de sa population. La compréhension de ces facteurs permet d'envisager des actions appropriées pour stimuler davantage le comportement entrepreneurial individuel. L'intention entrepreneuriale est l'engagement d'un individu à créer une entreprise ou une organisation. Aux origines de la recherche en entrepreneuriat, la discipline s'intéresse à l'individu, notamment à ses traits de personnalité, puis tente de comprendre le processus entrepreneurial que l'individu entreprend au cours de son comportement entrepreneurial. L'intentionnalité reste aussi comme un élément central du processus entrepreneurial.

Dans ce contexte, l'objectif de notre travail consiste à éclaircir les déterminants de l'intention entrepreneuriale, en observant, en particulier, s'il y a un impact du domaine d'étude sur celle-ci. Plus précisément, nous nous penchons à répondre à la question suivante : « **Quels sont les facteurs qui influencent l'intention de créer une entreprise chez les étudiants de l'université de Bejaia ?** »

Pour canaliser notre recherche nous avons émis deux hypothèses comme suit :

H1 : Les inscrits sur l'université influence beaucoup l'intention entrepreneuriale

H2 : C'est l'environnement familiale qui influence l'intention d'entreprendre.

Pour y répondre nous avons scindé notre travail en trois chapitres. Le premier traite l'entrepreneuriat comme un concept large et complexe. Le deuxième est dédié aux modèles d'intention entrepreneuriale notamment celui de Shapero. Enfin, le troisième est dédié à la vérification des déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants des sciences sociales par une enquête de terrain au niveau du campus Aboudaou.

CHAPITRE I

**L'entrepreneuriat : un concept large
et complexe**

1.1 Introduction

Avant de parler sur l'intention d'entreprendre, il faut d'abord commencer par cerner, précisément, ce qu'est l'entrepreneuriat et ce qu'est l'entrepreneur. Dans les recherches sur l'entrepreneuriat, il n'y a toujours pas de consensus sur sa définition, en fait, le seul consensus qui existe est justement l'absence d'une définition universelle, claire et acceptée par tous. Plusieurs écoles de pensée ont émergé pour expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat. Plus récemment, des auteurs comme Shapiro et Sokol (1982) ont abordé l'entrepreneuriat dans une perspective de processus (émergence d'organisation, reconnaissance d'opportunité, etc.).

L'entrepreneuriat est considéré comme étant un phénomène économique et social, du fait qu'il affecte tous les domaines de la vie économique et sociale. Ses fruits sont perçus en termes d'emplois, de création de nouvelles entreprises, de renouvellement des entreprises et de l'innovation. En plus, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui trouvent dans des situations entrepreneuriales (et plus particulièrement la création d'entreprise) des sources de satisfaction.

L'entrepreneuriat s'est progressivement imposé comme un moteur du développement économique et social dans le monde. Les entrepreneurs sont considérés comme les piliers de l'économie de marché ; et leurs activités comme créatrices de valeurs ; d'emploi et d'avantages multiples pour les consommateurs. Le terme d'entrepreneuriat contient le mot entrepreneur, donc la démarche entrepreneuriale est impulsée par un individu qui constitue l'acteur principal.

Ce premier chapitre sert à présenter le cadre théorique de notre recherche. Tout d'abord, il reprend les différents paradigmes et définitions des concepts, dans la première section. Ensuite, la deuxième section retrace les trois grandes approches ayant marqué le champ de l'entrepreneuriat, en l'occurrence l'approche par les traits de personnalité, l'approche fonctionnelle (par les faits) et l'approche processuelle ; et la troisième section retrace la trilogie de l'entrepreneuriat.

1.2 Cadre théorique et concept : entrepreneuriat et l'entrepreneur

Le phénomène de l'entrepreneuriat est assez complexe, puisqu'il englobe Plusieurs mises en situation. Le but de cette section est de discuter du cadre conceptuel de l'entrepreneuriat dans lequel nous allons comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur Nous continuerons à expliquer le sens de l'entrepreneuriat.

1.2.1 Champs de l'entrepreneuriat

Nous allons aborder successivement la signification de l'entrepreneuriat, ces nombreuses formes et son apport socio-économique.

1.2.1.1 Définition de l'entrepreneuriat

Il existe beaucoup de définitions de l'entrepreneuriat aussi valable les unes que les autres, L'entrepreneuriat existe depuis longtemps mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité. La complexité de ce phénomène ne permet pas de le réduire à une simple définition. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène.

TOUNES (2003) considère « *l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné* »¹

Pour Schumpeter¹, « *l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques, l'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière, mettre son temps et son capital dans une situation risquée* ». ²

Fillion et Fayolle de leurs coté définissent l'entrepreneuriat comme un « *processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise* ». Ce processus s'articule autour de quatre axes : l'individu, l'entreprise, l'environnement et son processus³

¹ TOUNES A, 2003, « L'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse de doctorat en sciences de gestion, France, P03.

² 2 Cite par Louis Jacques FILLION « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », cahier de recherche Janvier 1997.

³ Fayolle(A), Filion (L.J) : Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils, Paris, village Mondial

L'entrepreneuriat est une variable importante dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues. Schumpeter (1935), Fayolle et Fillion, Robet Hisrich, s'accorde à affirmer que cet intérêt pour l'entrepreneuriat est sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation,

1.2.1.2 Les formes d'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat n'est pas qu'un acte de création d'entreprise. Les spécialistes distinguent plusieurs formes d'entrepreneuriat, Verstraete et Fayolle ont divisés l'entrepreneuriat en paradigme de l'innovation, création de valeurs, émergence organisationnelle, et opportunité. ⁴

A. La création d'entreprise

✓ La création d'entreprise Ex-Nihilo

La création d'une entreprise d'ex nihilo est le processus de création d'une entreprise à partir de rien. Cela signifie que l'entrepreneur n'a pas développé d'entreprise existante, pas de clients, pas de fournisseurs, pas de produits ou de services. Il s'agit d'une entreprise complexe qui nécessite une planification minutieuse, une connaissance approfondie du marché et une compréhension des besoins potentiels des clients.

Le processus de démarrage d'une nouvelle entreprise commence généralement par une étude de marché approfondie pour évaluer la faisabilité du projet. Il est important de comprendre les tendances du marché, les besoins des clients, les concurrents potentiels, les défis possibles et les opportunités de croissance. Une fois que les entrepreneurs ont une vision claire du marché, ils doivent élaborer un plan d'affaires solide qui comprend des stratégies de marketing, des prévisions financières, des plans opérationnels et des évaluations des risques. Ensuite, les entrepreneurs doivent trouver une source de financement pour démarrer leur entreprise. Cela comprend les fonds personnels, les prêts bancaires, les capitaux d'investissement, les subventions gouvernementales, le financement participatif

✓ La création d'entreprise par essaimage

La création d'une entreprise dérivée, également connue sous le nom de «spin-off» ou «cession d'entreprise», consiste à créer une nouvelle entreprise à partir d'une entreprise existante en utilisant une technologie, des produits ou des services développés en interne. Le processus de

⁴ SALAHL :« l'intention entrepreneuriale des étudiants : cas du Liban», thèse pour le doctorat de Nouveau Régime Science de Gestion, Université de Nancy 2,2011.

spin-off peut être initié soit par la société mère, soit par un salarié de la société mère.

Il y a de nombreux avantages à créer une entreprise dérivée. Premièrement, une société nouvellement créée peut bénéficier de l'expertise et des ressources de la société mère pour faciliter son lancement et sa croissance. De plus, la nouvelle société peut bénéficier de l'image de marque et de la réputation de la société mère. Enfin, la société mère peut continuer à profiter entreprise.

✓ **La création d'entreprise par franchise**

La création d'entreprise par franchise est un modèle commercial populaire dans lequel un entrepreneur (le franchisé) achète le droit d'utiliser la marque, les produits, les services et le système d'exploitation d'une entreprise établie (le franchiseur) en échange du paiement d'une redevance de franchise

L'un des principaux avantages de la création d'une entreprise par franchise est que le franchisé bénéficie de la réputation et de la reconnaissance de la marque de l'entreprise établie, ainsi que des processus d'affaires et des procédures opérationnelles établis du franchiseur. Cela peut aider à réduire les coûts de démarrage et à augmenter les chances de succès de la nouvelle entreprise.

La création d'une entreprise par franchise peut être une bonne option pour les entrepreneurs qui souhaitent démarrer une entreprise avec un concept éprouvé et une marque établie, et qui sont prêts à opérer dans le cadre des directives et des restrictions établies par le franchiseur.

✓ **L'intrapreneuriat**

Pinchot (1985) le premier qui a introduit le mot « intrapreneuriat » qui revient au fait d'entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise⁵. Le personnage-clé de ce phénomène est l'Intrapreneur qui agit pour le compte d'une entreprise qui lui confie un projet entrepreneurial, l'employé restera toujours un salarié de l'entreprise existante. Ceux intéressés sont ceux qui ne peuvent pas remettre en cause leurs situations familiales et professionnelles. Le mot intrapreneuriat est cité pour la première fois par Gifford Pinchot en 1985 et le définit comme suit, « l'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur de n'importe quel entreprise »⁶

⁵Cité par Alain FAYOLLE – MAÎTRE DE CONFÉRENCES – CERAG – EPI (1) – INPG – ESISAR

⁶ Gifford Pinchot, « Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur », 1985,p5

B. La reprise d'entreprise :

La reprise d'entreprise est définie par Fayolle (2004 : 133) comme étant « une situation qui relève de l'esprit d'entreprendre et qui appartient au champ de l'entrepreneuriat. Un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale ». On distingue deux situations : la reprise d'une entreprise en bonne santé qui exige l'acquisition de connaissances en entrepreneuriat et en management, et la reprise d'une entreprise en difficulté qui exige plutôt des ressources financières et relationnelles importantes.

1.2.1.3 Les valeurs type de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est une culture à laquelle on rattache cinq valeurs à savoir :⁷

- **La créativité** : L'entrepreneur doit être créatif, et doit exploiter sa créativité, en commencer déjà par se faire confiance.
- **L'autonomie** : L'entrepreneur doit créer son propre emploi, être indépendant, tant sur le plan professionnel que sur le plan financier
- **Le sens de responsabilité** : Le sens de responsabilité permet d'être partenaire avec d'autres personnes, ainsi qu'il lui permet d'obtenir la confiance d'autrui.
- **Le leadership** : un leader doit donner envie aux autres de le suivre et cela par sa vision et des projets stimulants.
- **La solidarité** : l'entrepreneur est solidaire de ses investisseurs, de son personnel, des fournisseurs et des autres entreprises

1.2.1.4 L'importance socio-économique de l'entrepreneuriat

« L'activité entrepreneuriale n'a pas pu être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants »⁸ et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : Global Entrepreneurship Monitor (2013).

⁸ T.Verstraete, B.Saporta, 2006. P 77

A. Entrepreneuriat créateur d'emplois

La création d'entreprise apparaît comme un grand réservoir d'emplois et une réponse au problème de chômage : elle permet une réinsertion sociale et professionnelle des personnes longuement sans emploi. Il est l'un des moyens les plus efficaces pour la résorption du chômage.

B. Entrepreneuriat et innovation

L'innovation est le « mot magique » qui ouvrira les portes à la croissance économique et au développement social. Elle peut être définie ainsi : c'est la création par un individu ou un groupe d'individus, d'idées nouvelles et utiles relatives aux produits, processus, services, etc. susceptibles de leur fournir un avantage temporaire et des profits. En effet, l'entrepreneuriat et l'innovation sont liés (Emin, 2003 ; Verstraete, 2003) puisque la créativité est parfois considérée comme la genèse de l'entrepreneuriat (Brazeal et Herbert, 1999).. La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur de développement économique. De ce fait, il doit chercher les sources d'innovation, les changements, identifier les opportunités.

C. Entrepreneuriat et croissance économique

Il y'a un rapport favorable entre la croissance économique et l'entrepreneuriat qui sont fondés sur l'action innovatrice de ce dernier, l'entrepreneuriat qui est le moteur de l'innovation, aide à créer une dynamique économique grâce à la concurrence que pourront apporter les nouveaux entrepreneurs, une étude de GEM : Global Entrepreneurship Monitor (2013) ⁹ a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Cette étude a montré que dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

1.2.2 Définitions et typologies L'entrepreneur

1.2.2.1 Définition de l'entrepreneur

Plusieurs études ont été effectuées pour étudier la personnalité d'un entrepreneur. Les résultats de ces études peuvent nous aider à obtenir le profil d'un entrepreneur prospère. Ce qui fait l'inexistence de définition unique de l'entrepreneur, la notion entrepreneur a évolué dans le temps et été sujet d'études de différents économistes

⁹ Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. José Ernesto Amorós et Niels Bosma. www.Gemconsortium.org,

Verstraete et Fayolle présentent l'entrepreneur comme la pierre angulaire de l'activité entrepreneuriale, puisqu'il est l'auteur principal de l'impulsion d'une organisation pouvant créer de la valeur nouvelle pour les parties prenantes. Ces auteurs précisent que l'entrepreneuriat est l'initiative portée par un individu, l'entrepreneur, construisant ou saisissant une opportunité d'affaires, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle, pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse ».¹⁰

Dans le même ordre d'idée que Schumpeter, Drucker ¹¹définit l'entrepreneur comme la personne qui innove, même par rapport au style de management. En effet, selon l'auteur les principes de management pratiqué jusqu'en 1970, tels que : l'organisation scientifique du travail, la décentralisation, la planification, etc., sont devenus insuffisants parce que des besoins nouveaux sont apparus, notamment le besoin d'innovation, le besoin de changement social et la nécessité d'organiser efficacement le travail.

Jacques FILLION (1988) définit l'entrepreneur comme : « *Une personne imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaire et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial* »¹²

1.2.2.2 Les Typologies de l'entrepreneur

Une classification a été faite par de nombreux auteurs, en relation directe avec leurs différents objectifs, motivations et caractéristiques. Globalement, la division la plus fréquente sépare les entrepreneurs en deux catégories distinctes : les indépendants, chercheurs avant tout de leur autonomie, puis les organisateurs, attachés souvent à bâtir une organisation. Les principales typologies sont celle de Norman Smith Laufer, Knight, Julien et Marchesnay :

¹⁰ Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, Vol. 4, n° 1, Paris, 2005, p : 42

¹¹ Drucker P, « Les entrepreneurs », op-cit, p : 58.

¹² Fayolle(A), Fillion (L.J) : Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils, Paris, village Mondial, p 17

A. Typologie de Norman Smith

Cet auteur établit une distinction entre deux catégories d'agents entrepreneuriaux l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.¹³

✓ L'entrepreneur artisan

Crée son entreprise sans grande expérience, notamment en matière de gestion. Il a surtout une compétence technique, et se localise dans des activités faiblement innovantes. Pour N.Smith il se distingue par les propriétés caractéristiques suivantes : l'entrepreneur artisan est un agent qui éprouve des difficultés pour agir ou réagir à son environnement. Ce manque de dynamique s'explique par sa volonté de se limiter à la maîtrise de son métier et à dédaigner l'imitation. Il est aussi mué par la volonté de travailler pour son propre compte que d'être un agent salarié dans une autre entreprise. Dans l'exercice de la fonction de direction de sa firme celui-ci adopte souvent un style de management de type paternaliste.

✓ L'entrepreneur opportuniste

Est plus instruit, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement et meilleur communicateur. Il est la plupart du temps plus âgé et plus expérimenté, particulièrement en matière de gestion de projet, lié à une opportunité d'innovation.

B. Typologie de Laufer

Jacqueline Lanfer a mis en évidence quatre types d'entrepreneurs :¹⁴

- ✓ **L'entrepreneur manager ou innovateur** : est un besoin de création, de réussite et de pouvoir, et ses objectifs tournent largement autour de la croissance et de l'innovation.
- ✓ **L'entrepreneur propriétaire** orienté vers la croissance : ont pour objectif principal la croissance et l'indépendance financière. Ses motivations sont similaires à celles d'un manager, mais avec un désir de pouvoir plus prononcé.
- ✓ **L'entrepreneur refusant** la croissance mais recherchant l'efficacité font de l'indépendance leur objectif premier et se méfient de toute croissance qui pourrait retarder l'atteinte de cet objectif. Ce type d'entrepreneur est particulièrement animé par un besoin de pouvoir et d'autorité.

¹³ Azzedine TOUNÉS, L'INTENTION ENTREPRENEURIALE, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN, (2003).

¹⁴ Alain Fayolle et Jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012.

- ✓ **L'entrepreneur artisan** : La motivation centrale d'un entrepreneur manuel est son besoin d'indépendance, qui est plus important pour lui que la réussite financière.

C. Typologie de Knight

Knight a classé les entrepreneurs en trois catégories

- ✓ **L'artisan-inventeur** C'est un technologue motivé à innover et désireux d'évoluer de nouveaux produits ou procédés.
- ✓ **Le promoteur** Il s'agit d'un entrepreneur dont la capacité est essentiellement commerce, marketing et ventes.
- ✓ **Le gérant général** Il est le coordinateur et son talent est de rassembler les éléments Des connaissances externes pour mener à bien sa création.

D. Typologie Julien et Marchesnay

Julien et Marchesnay (1988) classent les entrepreneurs en deux grands d'entrepreneurs

- ✓ **Une logique d'action patrimoniale**

L'Entrepreneur PIC ((Pérennité- Indépendance-Croissance) se retrouve dans la logique de l'action patrimoniale ou la logique de l'accumulation. De ce point de vue, les entrepreneurs priorisent la pérennité de leur entreprise et veulent avant tout se constituer un patrimoine. Il veut aussi garder son patrimoine indépendant, et pour cela, il est prêt à rejeter les partenaires, y compris les emprunts extérieurs, se montre prudent sur les activités d'externalisation, et privilégie les investissements physiques en augmentation. Après tout, la croissance de l'entreprise ne doit pas affecter la pérennité et l'indépendance des actifs et ne peut être acceptée que dans ce cas.

- ✓ **Une logique d'action entrepreneuriale (CAP)**

Les entrepreneurs CAP (Croissance-Autonomie-Pérennité) se retrouvent dans la logique du comportement entrepreneurial, la logique de valorisation du capital. L'entrepreneur préfère les activités à forte croissance et à haut risque, a un grand besoin d'autonomie dans la prise de décision, n'est pas intéressé par l'indépendance vis-à-vis du capital et la pérennité de l'entreprise n'est pas une priorité pour lui. Les entrepreneurs CAP développent et étendent leurs activités et privilégient fortement les investissements immatériels.

Julien et M. Marchesnay (1996) ont rejoint J.-C. Laufer (1975) a décrit les principaux objectifs des entrepreneurs basés sur l'idée de durabilité, d'indépendance et de croissance, trois aspirations qui distinguent différents types d'entrepreneurs (PIC et CAP).

Tableau 1 : Typologies d'entrepreneurs

Auteurs	Date	Typologies
Smith	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneuriat artisan. L'entrepreneur opportuniste
Collins et Moore	1970	Quatre types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2.L'entrepreneur indépendant
Laufer	1975	Quatre types d'entrepreneur : 1. Le manager ou innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance
		3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
MilesSnow et	1978	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâtisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèle existants 5. Exploitants d'économie d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomérats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1987 1996	Deux types de parétaires-dirigeants : 1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)
Carland,Hoy	1988	Deux types d'acteurs organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME

Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 4. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Opérateur 2. Visionnaire

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

1.3 Approche et paradigme

1.3.1 Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat

Dans la littérature entrepreneuriale, trois approches principales peuvent être distinguées :

L'approche descriptive (approche par les traits) répond à la question « qui est l'entrepreneur ? »

L'approche fonctionnelle (approche par les faits) répond à la question « que fait l'entrepreneur ? »

et la troisième approche (approche processuelle) répond à la question « comment ? ».

A. Approche descriptive (Approche par les traits)

L'approche descriptive (Stevenson et Jarillo, 1990), également appelée approche des traits, est une approche centrée sur la personne. Elle consiste à identifier les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité d'un entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs ont des traits de personnalité, des attributs personnels et des systèmes de valeurs qui les prédisposent à l'activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (non-entrepreneurs) (Greenberger et Sexton, 1988 ; Gartner, 1990 ; Shaver et Scott, 1991)¹⁵

À la fin des années 1980, de nombreux chercheurs tentaient de le montrer. Traits psychologiques et de personnalité qui caractérisent les entrepreneurs qui réussissent. L'approche des traits de personnalité explore la psychologie typique des entrepreneurs en supposant que les personnes qui partagent les mêmes traits que les entrepreneurs ont tendance ou sont plus susceptibles d'être entrepreneuriales que celles qui ne partagent pas ces traits. Les chercheurs ont donc cherché à identifier les déterminants comportementaux (besoins spécifiques, attitudes, croyances, valeurs). Les entrepreneurs et les non-entrepreneurs doivent être distingués par des tendances entrepreneuriales et des caractéristiques psychologiques différentes » (Basso, 2006).

¹⁵ KOUBAA S, 2016, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Enseignant Chercheur, Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales, Université Hassan II, Casablanca, Maroc

En 1999, Hernandez a identifié des travaux en cours à partir d'un grand nombre d'études sur Terre. Personnalité, Créateur Origine

✓ **Le besoin d'accomplissement**

Les entrepreneurs affichent un fort désir de réussite, préfèrent assumer la responsabilité de la résolution de problèmes, fixent leurs propres objectifs et les atteignent eux-mêmes. Même si le besoin de performance est désormais une caractéristique spécifique des entrepreneurs, il ne s'agit que d'indicateurs non discriminatoires au sein de la population des entrepreneurs et des non-entrepreneurs.

✓ **L'internalité du lieu de contrôle ('locus of control')**

C'est la réalisation personnelle que vous pouvez contrôler ce qui vous arrive. Le lieu de contrôle interne est lorsqu'un individu sent que ses actions affectent ce qui lui arrive.

("Emplacement de contrôle externe") sinon. Cette prise de conscience pousse les individus à agir.

✓ **La propension à prendre des risques**

Les risques peuvent être financiers, professionnels (tels que le travail), familiaux ou psychologiques

B. Approche fonctionnelle ou comportementale (Approche par les faits)

C'est une approche qui a pris forme dans les premiers écrits de la théorie économique et s'est quelque peu atténuée depuis la fin des années 1970. Elle se révèle à travers la création d'entreprises. Elle crée des emplois et apporte la prospérité.

Le premier ouvrage est attribué à Richard Cantillon., il met l'accent dans son analyse du phénomène entrepreneuriat, le rôle de l'incertitude et du risque. Les entrepreneurs de Cantillon prennent des risques lorsqu'ils prennent des engagements fermes vis-à-vis de tiers sans assurance solide de ce qu'ils peuvent en attendre. ¹⁶

J. B. Say (1803), Les entrepreneurs mettent l'accent sur "ce qui devrait être". Être attendu, Organiser, diriger et contrôler. Il explique :

« L'entrepreneur est l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports, il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production ». ¹⁷

¹⁶ FAYOLLE, A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris

¹⁷Tounès A, 2001 « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèle » edsanbil Med .

L'entrepreneur et doit être doté d'une capacité de jugement, c'est –à-dire qu'il doit juger ses besoins des moyens de les satisfaire. Donc, l'approche comportementale est intéressante pour gérer le comportement d'un entrepreneur dans la pratique de son activité, qui s'inscrit dans l'environnement culturel, social, économique et politique » (Gartner, 1988) ».

C. Approche processuelle

À la fin des années 1980, les deux approches ont été remises en question. Fonctionnelle et descriptive, laissant place à de nouvelles directions de recherche qui prônent de nouvelles approches dites « processuelles », s'intéressant uniquement au processus de création, personnel et environnemental conduisant au comportement entrepreneurial dans une perspective temporelle. Il s'agit d'analyser les variables cibles.

L'approche processuelle est une approche dynamique qui s'intéresse à des phénomènes évolutifs. Elle "contraste avec une vision du monde fixiste dans laquelle les états des relations

et des termes et concepts sont fixes. Elle correspond à toutes les publications récentes sur etc." (Hernandez, 1995). ¹⁸Contrairement aux approches descriptives et comportementales, les approches procédurales soutiennent une vision plus large de l'entrepreneuriat

¹⁸ HERNANDEZ EM, 1999, op cit .

Tableau 2 : Les questions formalisant deux approches en entrepreneuriat (Bygrave et Hofer)

Centrée sur L'entrepreneur	Centrées sur le processus Entrepreneurial
1. Qui devient entrepreneur ? 2. Pourquoi devient-on entrepreneur ? 3. Quelles sont les caractéristiques des Entrepreneurs qui réussissent ? 4. Quelles sont les caractéristiques des Entrepreneures qui échouent ?	1. Qu'est-ce qui permet de percevoir les Opportunités d'une manière efficace et Performante ? 2. Quelles sont les tâches clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ? 3. Dans quelle mesure ces tâches sont-elles Différentes de celles mises en œuvre pour diriger avec succès ? 4. Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur à ce processus ?

Source : Emile-Michel Hernandez, « le processus entrepreneurial » ; vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, le harmattan 1999, p29.

L'approche processuelle fournit un modèle théorique fécond et une rigueur méthodologique pour le domaine d'étude, ce qui conduit à la réflexion et au développement du travail. L'empirisme de plus en plus pertinent. Les modèles développés avec cette approche fournissent une base pour l'analyse du travail entrepreneurial et de l'entrepreneur en tant qu'individu. Ils révèlent le processus de sélection entrepreneuriale, les facteurs et les conditions de la réussite entrepreneuriale (Battistelli, 2001).¹⁹

1.3.2 Les paradigmes de la recherche en entrepreneuriat

Nous allons présenter dans ce paragraphe les différents paradigmes que nous identifions dans l'analyse du processus entrepreneurial

¹⁹ Battistelli, 2001, cité par BENATA M, « Influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale », casdel'Algérie, thèse de doctorat en Sciences Economiques, université Abou Berk Belkaid Tlemcen, 2014/2015

1.3.2.1 Paradigme de l'opportunité

Ce paradigme est réputé le plus récent dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Il est ancré dans les travaux fondateurs de Venkataraman (1997) et Shane (2000).

le champ de l'entrepreneuriat est défini, ici, comme « l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services ».

Le paradigme de l'opportunité d'affaire tient son origine du marketing, en vue de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché, chose qui a engendré un réel regain d'intérêt de ce paradigme dans le domaine de l'entrepreneuriat. Baygrave et Hofer (1991) concilient le paradigme de l'opportunité avec celui de création d'une entité, alors que Timmons l'associe au paradigme de processus ;

« *Entrepreneurship is the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regardless of the resources currently controlled* » (Timmons, 1994, p.7). Shane et Venkataraman (2000) se situent parfaitement dans ce paradigme tout en intégrant le paradigme de processus (découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité). Dans le même ordre d'idées, la saisie d'une opportunité constitue l'approche qui assure la plus forte durabilité au projet (Girard, 2007). En ce sens, Paturel (2007) a fait la relation entre l'entrepreneuriat et l'Intelligence Economique via les fonctions de veille et de la recherche d'opportunités au sein de l'environnement

1.3.2.2 Paradigme de création d'organisation ou d'émergence organisationnelle

Bygrave et Hofer (1991) suggèrent un lien entre opportunité et création d'organisation dans leur définition de l'entrepreneur : « Un entrepreneur est une personne qui détecte une opportunité et crée des organisations pour la saisir » (p. 14). Le paradigme de la création d'organisation conduit à considérer les organisations à la fois comme un moyen et comme un résultat du processus entrepreneurial. Verstraete (1999, 2003) défend cette dimension dialogique, et elle peut être comparée à la position ontologique d'opportunité de formuler des aspects. Verstraete et Fayolle (2004) se réfèrent aux travaux de Gartner (1995) sur l'émergence organisationnelle. Ce concept permet de voir la recherche d'opportunité comme un processus et une construction.

1.3.2.3 Opportunité et création de valeur

Verstraete et Fayolle (2004) présentent le paradigme de la création de valeur en s'appuyant sur la contribution de Bruyat (1993). Cet auteur considère l'entrepreneuriat comme la dialogique individu / création de valeur. Dans son modèle, la valeur est abordée sous l'angle « des échanges

effectués entre agents par l'intermédiaire des prix déterminés par les marchés » (Verstraete et Fayolle, 2004, p. 10). Cette représentation de l'entrepreneuriat conduit à tenir compte de la rente entrepreneuriale. Elle place au premier plan la relation entre opportunité et création de valeur

1.3.2.4 Paradigme de l'innovation

C'est le paradigme le plus ancien et il doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter et à l'école autrichienne. Au sens de Schumpeter (1987), les entrepreneurs ont un rôle particulier et indispensable dans l'évolution d'un système économique libre. Elle est souvent à l'origine d'innovations de rupture, créatrices d'entreprises, d'emplois, et participe au renouvellement et à la restructuration des structures économiques.

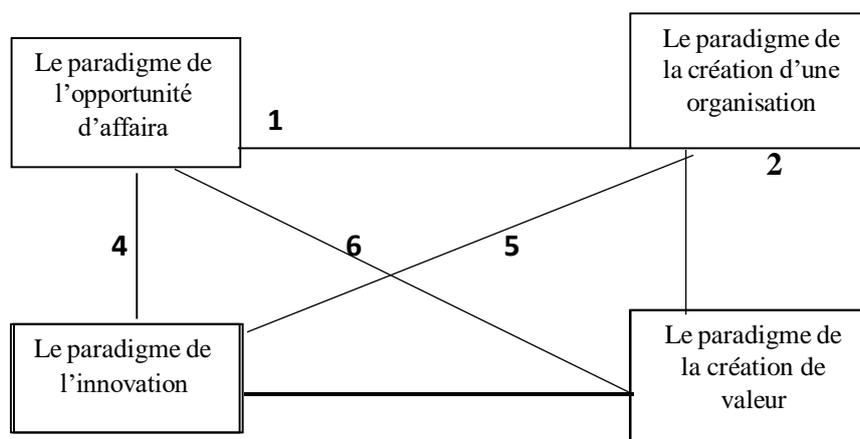
Les entrepreneurs sont des innovateurs qui produisent de la "destruction créatrice". Cette « destruction créatrice ²⁰ » est le résultat de l'arrivée de nouveaux produits et de nouveaux modèles commerciaux sur le marché, qui remplacent les anciens. La destruction créatrice est ainsi source de dynamisme industriel et de croissance à long terme.

1.3.2.5 Le lien entre les quatre paradigmes entrepreneuriat

Il n'est pas évident ni aisé d'analyser les corrélations possibles entre les paradigmes. Gartner (1990) montre que le concept de l'entrepreneuriat est fortement en corrélation étroite avec les paradigmes de la création d'organisation, de l'innovation, de la création de valeur et de l'opportunité.

La figure suivante explique cette analyse

Figure 1: représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat



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

²⁰ CASSONM, (1991), « l'entrepreneur, collection Gestion » ; Economica, Paris .

1.4 La trilogie de l'entrepreneuriat

Il est reconnu que l'entrepreneuriat est, tout d'abord, une pratique, qui s'est développée en un domaine de recherche, et enfin une matière d'enseignement. Ces trois niveaux, qui sont la pratique, la recherche et l'enseignement, sont intimement liés. Les enseignements découlent de la pratique d'individus entreprenant, que le chercheur vise à comprendre leurs pensées et leurs actions pour, ensuite, décliner en exercice pédagogique les connaissances apportées. En référence, nous développerons, dans ce qui suit, les trois niveaux du domaine de l'entrepreneuriat.

1.4.1 L'entrepreneuriat : un domaine de pratique

L'entrepreneuriat est une discipline jeune, née aux Etats-Unis. Historiquement, les chocs pétroliers avaient fait resurgir l'idée que « Small is Beautiful ». En effet, au-delà de la grande entreprise, il existe d'autres possibilités de développement de l'activité économique.

A la base, l'entrepreneuriat est vu comme un métier qui fait appel à un ensemble de caractéristiques intrinsèques spécifiques à la personne, à des connaissances, des apprentissages et des compétences. L'entrepreneur est un agent économique, qui innove, exploite une opportunité d'affaire, crée de la valeur et surtout crée son entreprise. C'est un individu qui prend des risques au détriment de ses ressources propres pour réaliser ses objectifs. Il est de ce fait, présenté comme un homme exceptionnel, un surdoué inné.

A la différence du manager, qui pilote la gestion de ressources d'une manière efficiente, l'entrepreneur est celui qui construit le projet sans disposer nécessairement des ressources requises. Ce qui qualifie l'entrepreneur, c'est son idée, sa perception de l'opportunité d'affaires et sa capacité à ouvrir un marché qui permet de créer de la valeur. L'entrepreneuriat consiste à protéger cette acquisition de valeur, et à apprendre du management pour construire l'organisation et ses procédures.

Pendant longtemps, l'entrepreneuriat était considéré comme une pratique qui s'apprend sur le terrain, et réservé aux hommes d'exceptions avec des compétences innées. Ce n'est que depuis les récentes années que l'entrepreneuriat est considéré comme un métier qui s'apprend dans les universités, après les différentes recherches qui se sont intéressées à l'analyse du concept de l'entrepreneuriat.

1.4.2 L'entrepreneuriat : un domaine de recherche

Depuis quelques décennies, l'entrepreneuriat est considéré comme un champ de recherche fertile dont les méthodes et les concepts ne cessent de se développer. Les travaux de recherche

en entrepreneuriat ne sont plus anecdotiques. En effet, ceux qui sont d'ampleur doctorale, se sont multipliés et leur contribution à la légitimation du domaine est essentielle. La recherche en entrepreneuriat est en phase de croissance, comme le souligne Degeorge « *l'entrepreneuriat est un domaine de recherche assez récent ou il reste beaucoup à découvrir* ».

Dans un essai de définition du concept de l'entrepreneuriat, Gartner a recensé quarante-quatre définitions, à partir d'une étude auprès des hommes politiques, de chercheurs et de chefs d'entreprise de grande renommée. Ainsi, il a dégagé huit thèmes de convergence entre les différentes définitions pour son approche conceptuelle de l'entrepreneuriat : présence d'un entrepreneur, l'innovation, la création d'une nouvelle organisation en vue de poursuivre une opportunité, la création de valeur, la question de l'entreprise à but lucratif ou non, la croissance, l'aspect unique phénomène, la présence d'un propriétaire gestionnaire

Dans le même ordre d'idée Stevenson et Jarillo, précise que la définition de l'entrepreneuriat est une tâche très complexe. En effet, puisque restreindre son champ risque d'éliminer des travaux qui peuvent être indispensables dans plusieurs domaines, l'étendre peut empiéter sa particularité de champ d'étude spécifique. Dans ce contexte, l'académie de l'entrepreneuriat, considérée comme une référence dans le domaine de recherche de l'entrepreneuriat dans le milieu francophone affirme qu'« A ce jour, on ne peut pas augurer d'un prochain consensus s'agissant d'une définition de l'entrepreneuriat. La complexité du phénomène entrepreneurial et la diversité de ses manifestations expliquent sans doute que toute définition réduit, voire ampute, l'appréhension des formes qu'il revêt »

Aujourd'hui, les résultats de ces recherches sont autant plus importants que les implications économiques et sociales sont nombreuses. Le développement de la recherche en entrepreneuriat, nous mène au constat que l'entrepreneuriat est beaucoup plus qu'un domaine de pratique, qui ne doit pas être limité à la création d'entreprise ou au processus d'innovation. En effet, le domaine de la recherche en entrepreneuriat élargit le champ de l'entrepreneuriat pour être perçu comme une attitude générale de l'individu qu'il adopte dans sa vie quotidienne et professionnelle, et qui est étroitement liée à la culture et l'esprit d'entrepreneuriat

1.4.3 L'entrepreneuriat : un domaine d'enseignement

De prime à bord, l'entrepreneuriat a été considéré, pendant longtemps, comme une discipline qui ne se prête pas à l'enseignement. En effet, pour beaucoup de personnes, l'acte entrepreneurial relève de l'innée de l'individu. De plus, l'absence d'un consensus théorique sur le domaine de l'entrepreneuriat, constitue une entrave à l'essor de ce dernier comme discipline académique. Il s'agit d'une nouvelle discipline en cours de construction sur les plans

épistémologique, théorique et méthodologique. Cependant, Drucker¹ refuse l'idée que l'entrepreneuriat ne peut être enseigné. Il déclare que l'entrepreneuriat est une discipline comme toutes les disciplines et peut être enseignée et pratiquée

Par ailleurs, Brockhaus déclare que l'enseignement de l'entrepreneuriat a comme objectif d'enseigner des aptitudes, des attitudes et des valeurs, mais ne garantit pas de résultat, qui demeure tributaire des facultés intrinsèques de l'apprenant en ce sens que cet enseignement ne garantit pas la production de véritable entrepreneur. Cependant, Laukkannen³ considère que l'éducation entrepreneuriale est un facilitateur pour l'accès aux pratiques entrepreneuriales.

Dans le même registre, Fayolle et Filion ont proposé une conception de l'entrepreneuriat en la liant avec la problématique de l'éducation. Ces deux auteurs constatent que le concept d'entrepreneuriat est lié à trois registres différents : le mode de pensée, les comportements, les situations, qui peuvent être transmis par l'entourage familial, le milieu social ou peuvent faire l'objet d'enseignements professionnels et/ou universitaires.

1.5 Conclusion

A l'issue de ce chapitre, nous avons pu mettre en relief différentes notions relatives à l'entrepreneuriat, permettant, à cet effet, de mieux comprendre ce concept encore nouveau. On conclue alors l'entrepreneuriat comme phénomène multidimensionnel et hétérogène plusieurs chercheurs ont en fait des études et ont essayé de l'expliquer. On définit donc l'entrepreneuriat comme une nouvelle création, action sur de nouvelles innovations pour bien développer l'économie. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement Elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur. Ce dernier est celui qui crée des entreprises. Contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risques et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles.

CHAPITRE II
L'INTENTION
ENTREPRENEURIALE

2.1 Introduction

De nombreux travaux réalisés dans le champ de la création d'entreprise ont cherché à expliquer l'apparition de ce phénomène et, plus précisément, de son passage à l'acte d'entreprendre. Ainsi est apparu le concept d'intention, autour de lequel a été construit un éventail assez large de modèles théoriques. L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial. Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, elle peut être influencée par de nombreux facteurs, tels que l'expérience professionnelle, la formation, l'environnement économique, social et culturel, ainsi que la personnalité et les traits d'un individu. Les personnes ayant une forte intention entrepreneuriale ont souvent des traits de personnalité tels que la créativité, la prise de risque, la persévérance et l'innovation.

Ce chapitre a donc pour objectif de présenter la notion d'intention et les différents modèles s'y rapportant, nous présentons tout d'abord l'ancrage théorique de ce concept. Ensuite, nous présentons l'intention qui fera l'objet de la première section et les différents modèles seront présentés dans la deuxième section.

2.2 L'intention entrepreneuriale : définition et concepts

2.2.1 Définition

Nous définissons l'intention entrepreneuriale comme la volonté de l'entrepreneur potentiel de créer sa propre entreprise ou de devenir travailleur indépendant, conduit par le désir d'autonomie et d'espérance de gain économique, est une phase majeure du processus de création d'entreprise subdivisée en quatre qui sont : la propension, l'intention, la décision, et l'acte. Elle est souvent considérée comme un précurseur du comportement entrepreneurial, car elle est considérée comme l'étape initiale dans laquelle une personne décide de poursuivre une idée d'entreprise et de prendre des mesures pour la concrétiser.

En psychologie, l'intention renvoie à une résolution par laquelle l'agent veut réaliser un projet. C'est un but visé par le vouloir. Pour Ajzen (1991), les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon.

En entrepreneuriat, « intention » n'est pas un terme nouveau, mais il est devenu un objet d'étude depuis une quinzaine d'années. Bruyat (1993) et Bird (1992) l'ont définie comme une volonté individuelle ou un état d'esprit qui est tourné vers la création d'entreprise. Elle ne doit pas être confondue avec le « comportement » qui désigne l'acte entrepreneurial, c'est-à-dire le travail de création d'une entreprise. Plus précisément, Bird (1992) parle d'un état de pensée « qui dirige l'attention (et, par conséquent, l'expérience et l'action) vers un objectif

Comme on peut le constater, il existe de nombreuses définitions possibles de l'intention, même au sein d'une discipline donnée. Cette variété montre que le terme n'a pas de signification unique et complètement partagée ; le sens qui lui est donné, comme son importance, reste toujours débattu

2.2.2 Place de l'intention dans le processus entrepreneurial

L'apparition d'un nouveau champ de recherche, l'intention entrepreneuriale, nous a incitées à positionner l'intention au cœur de l'entrepreneuriat. Dans la première section, nous allons présenter des modélisations du processus entrepreneurial variantes (Hisrich, 1985 ; Bruyat, 1993 ; Bygrave et Hofer, 1991). Dans la seconde partie, nous allons tenter de délimiter notre cadre d'analyse en précisant notre position dans le processus entrepreneurial (en amont).

2.2.2.1 L'intention en amont du processus entrepreneurial

Ayant étudié le processus entrepreneurial dans la première section du présent chapitre, nous avons mis en évidence que l'intention d'entreprendre constitue une étape se situant en amont de celui-ci. Dans cette partie, nous nous intéressons à étudier l'importance de cette étape dans le processus et le projet entrepreneurial. Ainsi, Hernandez (1991) note que l'intention est le premier élément nécessaire pour entreprendre. Elle reflète l'objectif du ou des entrepreneurs potentiels. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour l'action.

2.2.2.2 Le processus de décision

Un processus de décision et d'actions stratégique est un processus continu dans lequel il est possible de repérer des temps forts, des changements dans le rythme d'activité ou de l'effort fourni, des décisions intermédiaires particulièrement importantes ou irréversibles La décision de créer une entreprise n'est qu'une rationalisation ex post, une synthèse d'une situation qui paraît, à un moment du processus, plus ou moins «satisficing». La complexité du projet, sa complication et son incertitude sont à l'origine de ce phénomène. Ainsi comme Sfez, nous admettons que la décision est : « un processus d'engagement progressif, connecté à d'autres, marqué par l'équifinalité, c'est-à-dire par l'existence reconnue de plusieurs chemins pour parvenir au même but ». Au cours du processus, généralement durant l'étape), l'individu

s'impliquera de plus en plus dans le projet, il y aura une « escalade dans l'engagement » (escalating commitment), à une irréversibilité.

- **Quelques facteurs influencent sur la décision**

Selon Bruyat (1993), la recherche empirique a tenté de mettre en évidence ce qui différencierait les créateurs d'entreprise du reste de la population. L'hypothèse sous-jacente est que les créateurs sont des êtres à part, possédant des caractéristiques particulières.

Les résultats obtenus nous paraissent assez maigres au regard de la masse des travaux réalisés. Il semble que certaines régularités statistiques soient retrouvées :

- Les individus dont les parents (père essentiellement) sont chefs d'entreprises ont une propension plus grande que les autres créer leur propre entreprise ;
- La probabilité de créer une entreprise est plus importante lorsque les individus arrivent à une maturité professionnelle (autour de 35 ans) ;
- La recherche de l'enrichissement personnel, même si elle n'est pas absente, n'est pas la motivation principale poussant les entrepreneurs à créer leur entreprise : ce qui apparaît en premier, c'est le désir d'être indépendant, de réaliser quelque chose par soi-même, d'une certaine manière, il s'agit d'une tautologie, qui nous renseigne indirectement sur la complexité du phénomène ;
- Un facteur de déplacement (licenciement, insatisfaction dans le travail...) est souvent présent en début de processus de création. Il semble jouer au moins un rôle de déclencheur.

- **La relation entre le processus de décision et l'intention entrepreneuriale**

Le processus de décision est un processus Montale, tourné vers l'action. La décision est donc la condition du changement de comportement. Ainsi que l'intention est considérée comme un déterminant immédiat de la pensée et des décisions de création des entreprises.

La décision est considérée comme résultat final et un développement de l'intention. Pour Gautier « décider ce que l'on va faire dans l'avenir conduit à former maintenant l'intention d'agir ainsi le moment venu, de même former l'intention de faire quelque chose dans l'avenir mène, à ou plutôt constitue, la décision prise dans le présent d'agir ainsi plus tard ».

Ainsi, nous remarquons que la relation n'est pas linéaire entre intention et décision. Cette relation est liée à la division de processus de décision en trois (03) étapes

La première étape consiste en la formation d'une vision, qui correspond à une représentation

mentale de la création de l'entreprise, de ses activités et de son environnement, comme futur possible. Verstraete (1999) convient de la naissance du phénomène entrepreneurial lorsque l'organisation impulsée « sort » de la tête du créateur, c'est-à-dire dès que les agissements induits par la vision qu'a celui-ci de cette organisation provoquent des interactions

La deuxième étape est la transformation de cette vision en intention. Cette étape traite de la formation de la vision et de la transformation de cette vision en une véritable intention de création. Adaptée au contexte entrepreneurial, la vision correspondrait au point de départ du processus entrepreneurial. L'intention s'avère au cœur de la création d'entreprise. L'intention stratégique transforme la vision en but, et articule les moyens nécessaires pour la réaliser. Elle manifesterait la volonté de se lancer dans la création d'une entreprise. L'intention doit être perçue comme désirée et faisable. La préférence de l'acte est fonction de critères relatifs à la désirabilité et à la faisabilité (Bruyat, 1993). La constitution de cette préférence est, compliquée et complexe de la diversité potentielle des critères à prendre en compte et de leur non-indépendance.

La troisième étape consiste en la prise de décision ; celle-ci déclenche l'action et aboutit ainsi aux premières actions de réalisation de l'intention, c'est à dire à la mobilisation des moyens nécessaires pour concrétiser le but recherché. Pour que l'action soit véritablement déclenchée, l'intention doit se transformer en décision d'action. Même les intentions les plus fortes ne conduisent pas nécessairement à l'action. Ainsi, de nombreux individus, se disant intéressés par la création d'une entreprise, ne concrétisent jamais ce désir par des actes de création véritables. L'intention peut donc être abandonnée, temporairement ou définitivement. Un projet qui reste à l'état d'idée ne serait considéré que comme simple pensée. Les déterminants de la décision d'entreprendre revêtent des considérations sociales, psychologiques et environnementales. Ainsi, le modèle de Shapero (1975) met en avant à la fois les caractéristiques psychologiques du créateur et trois facteurs contextuels discriminants: la discontinuité (ou déplacement, variable de situation) met en exergue les situations négatives (pushes) et les situations positives (pulls) ; la crédibilité de l'acte (variable sociologique) est issue de l'image d'imitation et de la culture entrepreneuriale ; la faisabilité (variable économique) dépend essentiellement de six types de ressources (Money, Men, Machines, Materials, Market, Management).

2.2.3 La compétence de l'intention entrepreneuriale

Davidsson (2003) ²¹présente la compétence entrepreneuriale comme un « comportement intentionnel informé d'un individu ou d'une équipe, s'appuyant sur un éventail donné de ressources et sur une volonté explicite de les utiliser et qui a pour résultat final le succès d'une initiative entrepreneuriale ». Ainsi le processus de création est la transformation de l'intention en action. Il correspond à la démarche qui conduit l'individu à créer effectivement une nouvelle entreprise ; c'est quand l'individu passe de la phase d'intention, à une phase où il consacre son temps, s'investit financièrement et intellectuellement dans le projet de la création ; il s'agit de la période de transition. Dans une optique de compréhension et de modélisation du phénomène entrepreneuriale, nous allons fonder notre réflexion sur les travaux de Bruyat (1993), notamment la perspective diachronique du processus entrepreneurial suppose que cette compétence ne se déclenche que si et seulement si l'entrepreneur se situe au niveau de la zone de cohérence de sa Configuration Stratégique

Instantanée Perçue-CSIP- pour la réalisation et le développement d'une idée de création d'une entreprise (Bruyat, 1993 ; Fayolle, 2005 ; Fayolle et Lassas-Leclerc, 2005).

Bruyat (1993) stipule que la démarche entrepreneuriale est progressive et évolutive dans le temps et que l'intention déroule dans la 2eme, la 3eme et la 4eme phase de création dans un temps plus ou moins long.

Autour de trois phases, les compétences de l'intention se déclinent comme suite : ²²

2.2.3.1 Déclenchement du processus entrepreneurial

Il survient suite à un changement interne à l'entrepreneur (désir d'indépendance, insatisfaction professionnelle) et/ ou externe, provenant de l'environnement (rencontre avec un client potentiel, licenciement), se traduisant par des tensions au niveau de la CSIP de l'entrepreneur. Ces tensions doivent être suffisamment fortes et menaçantes pour que l'action de créée soit perçue positivement par l'entrepreneur.

2.2.3.2 Engagement total du créateur

Il se réalise lorsque l'entrepreneur consacre la plupart de son temps, de son argent et de son énergie au montage de son projet. Selon Bruyat (1993), l'engagement ne soient pas trop élevées en regard de la possibilité de créer une entreprise et de la préférence donnée à cette option.

²¹ Cité par Verstraete et Saporta (2006) « création d'entreprise et Entrepreneuriat », les Éditions de l'ADREG, Janvier 2006, <http://www.adreg.net>.

²² Amina OMRANE, « les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique », 2009.

2.2.3.3 Survie-développement de l'entreprise créée

Nous estimons qu'à partir du moment où l'entreprise nouvellement créée. Se trouve au-dessus de son seuil de rentabilité, elle devient viable et peut prospérer, renforçant la cohérence CSIP de l'entrepreneur/projet d'entreprise nouvelle.

2.2.3.4 Le processus entrepreneurial à l'épreuve de l'engagement dans le temps

L'irréversibilité dans l'engagement se traduit par une focalisation²³ de l'individu sur son projet. L'entrepreneur va consacrer l'essentiel de son temps, de ses efforts, de son investissement intellectuel, social, financier et affectif, au projet de création, puis à sa mise en œuvre et à l'entreprise nouvelle, au détriment d'autres activités. L'entrepreneur va se « désinvestir » de sa situation de salarié. Le retour en arrière devient quasiment impossible, sans que le créateur en soit toujours véritablement conscient. Des moments forts peuvent, cependant, marquer ce processus d'engagement qui peut être plus ou moins rapide. Si la décision/action de créer se fait de manière progressive, l'engagement aboutissant à l'irréversibilité peut se faire de manière incrémentale ou révolutionnaire. L'arrêt de cet engagement est considéré comme un échec, sa continuité comme une escalade de processus.

La création effective entame le démarrage de l'entreprise qui correspond à l'autonomisation de la nouvelle entité créée. « Les logiques d'action constituent de puissants moteurs qui vont diriger l'acteur et son projet vers le passage à l'acte d'entreprendre » (Fayolle, 2003). Trois pôles constituent le système d'action du créateur qui est un « système dont il (créateur) est le structurant par l'évaluation qu'il fait des éléments qui sont à sa disposition, par l'action qu'il met en œuvre pour en acquérir d'autres, par les choix qu'il opère pour aboutir à l'idée de créer » (Arocena et Al. 1983). Ces trois pôles sont : le pôle personnel, le pôle relationnel et le pôle professionnel. Les auteurs construisent une matrice formée de deux axes : y-a-t-il continuité ou rupture de l'activité de l'entreprise créée par rapport à l'activité antérieure du créateur et le créateur conserve-t-il ou non la clientèle pour laquelle il travaillait antérieure. Ainsi, quatre logiques d'action entrepreneuriale sont distinguées.

2.2.4 Les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale

Le passage à l'acte requiert l'intervention de plusieurs facteurs qui renforcent ou inhibent le passage à l'acte. Les traits de la personnalité, comme le concept de soi et l'orientation de l'esprit conditionne la formation de plans d'action pour la concrétisation des intentions.

²³ BECKER et SEXTON (1989) ; SAPIENZA Harry J ; HERRON Lanny et MENENDZ Jim (1991), cité par Bruyat (1993).

Un individu est "orienté vers l'action" s'il cherche à mettre en œuvre un plan d'action. Au contraire un individu est "orienté mentalement" s'il ne forme aucun plan pour changer la situation présente. D'autres personnes ayant effectué des efforts de recherche importants et n'ayant pas l'esprit entrepreneurial, préfèrent trouver une autre modalité de valorisation de leur activité.

Si l'intervalle de temps entre la déclaration d'une intention et sa concrétisation est long, il est plus probable de délaissier cette intention. L'avènement de nouvelles informations au cours du temps affecte aussi la décision d'entreprendre. Ainsi, lorsque nous nous approchons de la date de concrétisation des intentions, nous avons tendance à sous-estimer les bénéfices attendus de l'action et à surestimer le poids des conséquences négatives qui pourraient résulter du comportement. Par conséquent, nous serons tentés d'abandonner nos intentions d'action au profit d'une activité plus habituelle.

L'effet du temps sur les intentions dépend, d'une part, de l'intensité de l'intention initiale et, d'autre part, des prédispositions individuelles à changer ses intentions. Lorsqu'un individu a fortement l'intention de réaliser un acte, l'arrivée de nouvelles informations ne sera souvent pas suffisante pour remettre en cause le choix d'action. La corrélation intention-comportement est significativement plus forte pour les répondants ayant une intention forte que pour ceux ayant une intention faible. Outre le facteur temps, l'acte d'entreprendre pourrait être affecté positivement (facilité) ou négativement (bloqué) par l'occurrence d'évènements imprévus. Il s'agit de l'apparition d'évènements précipitais qui correspondent à des facteurs contextuels agissant sur l'individu. Ces derniers pourraient s'avérer comme des contraintes ou au contraire comme des incitateurs à l'acte entrepreneurial. Ainsi, l'individu confronte plusieurs facteurs, lorsqu'il décide de créer son entreprise. Certains présentent un frein à l'action, comme par exemple les facteurs familiaux qui s'accroissent avec le temps et l'âge (responsabilités financières, obligations familiales...) ; ainsi, le sacrifice nécessaire pour créer sa propre entreprise devient de plus en plus élevé, chose qui démotive l'acte entrepreneurial.

Néanmoins, il existe des forces qui appartiennent à l'environnement immédiat de l'entrepreneur, reliées soit à la vie personnelle, soit à la vie professionnelle, et qui présentent des aspects positifs ou négatifs. Ils constituent des facteurs « Push » ou « Pull » qui déclenchent l'entrepreneuriat. Shapero (1976) a mis en évidence que des facteurs de « déplacement » étaient à l'origine de l'acte d'entreprendre.

Les déplacements négatifs sont généralement des facteurs extérieurs : promotion non obtenue, changements de structure au travail, insatisfaction... Selon Shapero (1975), ces éléments sont les plus fréquents pour inciter à la création d'entreprise. Les évènements négatifs sont

occasionnés par des facteurs reliés à l'emploi : promotion non obtenue, la frustration au travail. Parallèlement, les événements positifs font référence à l'identification d'occasions d'affaires, la découverte d'un nouveau marché ; la possibilité d'un financement, l'encouragement des parents.

L'engagement total du créateur ne s'effectue que si le projet de création est préféré à la situation actuelle ou à tout autre projet (Bruyat, 2001). La prise en compte de la résistance au changement vient complexifier l'analyse du processus entrepreneurial.

A la lumière de ce qui précède, la transformation de l'état mental (intention de créer) à l'état actif (création de l'entreprise), dépend de certains facteurs psychologiques et externes qui peuvent inciter ou inhiber l'action. L'intention seule ne suffit pas pour prévoir la création effective de l'entreprise. Si l'intention de créer permet de prédire la possibilité de l'initiation de l'action (le déclenchement des actions de création), elle est moins utile pour déterminer son aboutissement (la création effective). Pour qu'il y ait création effective, il faut qu'il y ait engagement. L'engagement est un processus vital pour la création de l'entreprise et pour la survie de l'entreprise. Plusieurs facteurs constituent le potentiel de la relation entre l'action et l'atteinte d'un succès. La préférence de l'acte et la résistance au changement (dimension attitudinale de l'engagement) doivent être catalysées par un environnement favorable et un (des) événement(s) qui vont déclencher l'engagement de l'individu dans le processus de passage à l'acte (dimension comportementale de l'engagement). Enfin, deux logiques guident le processus entrepreneurial : d'abord, la logique de décision d'abord et ensuite la logique d'action.

2.3 Les modèles de l'intention entrepreneuriale

2.3.1 Les modèles de l'intention entrepreneuriale

Plusieurs recherches se sont consacrées à la modélisation de l'intention pour prédire le comportement de l'individu. Il s'agit notamment des travaux de la psychologie sociale (Ajzen 1991, Bandura 1977) et l'événement entrepreneurial (Shapiro et Sokol, 1982). Ces modèles ont été mobilisés et développés par d'autres auteurs (Krueger, Reilly et Crasrud 2000, Tounès, Boissin, Chollet et Emin 2009) pour analyser l'intention entrepreneuriale comme étant une variable prédictive du comportement de création d'une nouvelle organisation. Nous présentons dans un premier temps les modèles de l'intention entrepreneuriale.

2.3.1.1 Le Modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapiro et Sokol, 1982)

Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial de Shapiro et Sokol, publié en 1982, est un cadre théorique qui explique comment les entrepreneurs identifient et saisissent les

opportunités d'affaires. Il souligne que les entrepreneurs ont besoin d'un certain ensemble de compétences et de ressources pour saisir les opportunités d'affaires. En outre, le modèle rencontré en évidence que le contexte dans lequel l'entrepreneur évolue peut également avoir une influence significative sur les opportunités d'affaires disponibles et la capacité de l'entrepreneur à les saisir.

Shapiro et Sokol (1982) sont les pionniers de l'approche des intentions dans le champ de l'entrepreneuriat, leur modèle a été vérifié par Krueger (1993), selon lequel un individu évalue sa décision d'entreprendre, et ce modèle accorde une place cruciale au système social et aux valeurs culturelles dans la formation de l'événement entrepreneurial.

L'acte entrepreneurial est expliqué selon Shapiro et Sokol par trois groupes de facteurs, à savoir : les déplacements négatifs tels que divorce, émigration, licenciement..., et les situations intermédiaires : telles que sortie de l'école, de l'armée ou de prison, et les déplacements positifs : tels que l'influence de la famille ou des amis et l'existence d'un marché ou d'investisseurs potentiels. Entre ces trois facteurs et l'acte entrepreneurial Shapiro et Sokol évoquent trois groupes de variables explicatives de l'intention entrepreneuriale : les perceptions de désirabilité et les perceptions de faisabilité qui sont le produit de l'environnement culturel, social et économique et la propension à l'action.

A. Les perceptions de désirabilité

Elles se forment par le système de valeurs des individus qui se construit par l'influence des facteurs sociaux et culturels, notamment celle de la famille et des parents. Les expériences antérieures, les échecs dans des aventures entrepreneuriales sont des facteurs qui renforcent les perceptions de désirabilité.

B. La faisabilité

Elle se construit sur les perceptions des variables de soutien et d'aide de différentes natures. La disponibilité des ressources financières influence directement la propension à entreprendre selon les deux auteurs. Celle-ci peut être générée par les économies personnelles de l'individu et par les apports de la famille.

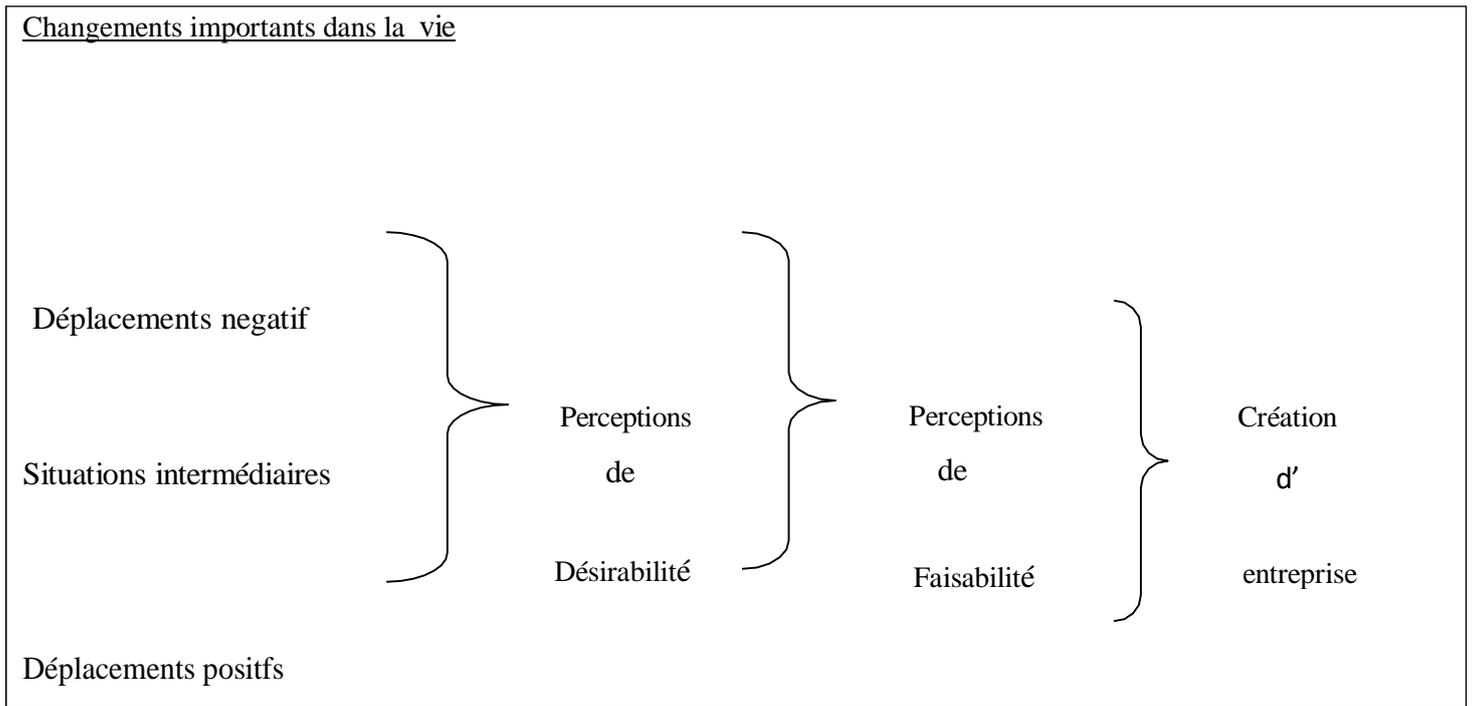
C. Une disposition psychologique

La propension à l'action est relative à un ensemble des déplacements négatifs, intermédiaires et positifs. Ce déplacement est souvent négatif telles que le licenciement, le divorce, la mort des parents, l'échec dans les études etc., mais il peut être aussi positif comme obtenir un héritage ou gagner à la loterie, ou même intermédiaires tel que sortir de prison, sortir de l'armée, etc. Le

déplacement précipite un changement dans le comportement vers un choix opportunistes parmi différentes options.

A l'instar de la théorie du comportement planifié, cette théorie considère que les influences exogènes n'affectent pas directement les intentions ou le comportement, mais elles opèrent à travers la perception personnelle de la désirabilité et la faisabilité.

Figure 2: modèle de formation de l'évènement entrepreneurial (Shapero et sokol, 1982) :



Source : Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion n°216-Organisation

2.3.1.2 La théorie du comportement planifié (Ajzen 1991)

La notion d'intention est considérée comme le meilleur prédicateur des comportements planifiés notamment dans le cas des comportements rares et difficilement observables (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). L'intérêt de cette théorie est de proposer un modèle théorique utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel puisqu'elle ne repose pas sur les variables externes comme déterminants immédiats du comportement, (Emin, 2003). Selon cette théorie, le comportement d'une personne est déterminé par son intention de l'accomplir. La TCP a été largement utilisée dans de nombreux domaines, Elle permet de prédire et d'expliquer les comportements des individus, ainsi que d'identifier les facteurs qui peuvent les influencer

La théorie du comportement planifié (theory of planned behavior) d'Ajzen (1991) est une théorie prédictive des comportements individuels. L'intention est au centre du raisonnement et explique le comportement Trois variables déterminantes de l'intention : les attitudes, les normes

subjectives et la perception du contrôle comportementale. Les attitudes à l'égard du comportement (attitude toward the behavior) se réfèrent au degré d'évaluation favorable ou défavorable que fait l'individu du comportement souhaité. Ces attitudes dépendent fortement des résultats attendus du comportement en question (Ajzen 1991). Les normes subjectives (subjective norm) résultent des perceptions que fait l'individu de son contexte social et des pressions des personnes qui lui sont proches. Il s'agit notamment de ce que ces personnes (famille et amis) pensent de l'intention de l'individu. Enfin, la perception du contrôle comportementale (perceived behavioral control) met en exergue l'importance des contraintes et des difficultés pour traduire l'intention en acte comportemental. Elle implique la perception de la disponibilité des ressources, des opportunités, des freins anticipés et des compétences nécessaires

A. L'attitude vis-à-vis du comportement (facteurs psychologiques)

Les attitudes associées au comportement impliquent l'évaluation favorable ou défavorable que fait l'individu du comportement souhaité ou envisagé, elles dépendent des résultats probables de ce dernier et se manifestent par des actions pour le concrétiser²⁴

B. Les normes subjectives (facteurs socioculturels)

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

Les croyances normatives sont le résultat des différentes pressions sociales exercées par le groupe de référence de l'individu (parents, famille, amis, collègues, ...). La motivation à se soumettre, quant à elle, fait référence à la volonté et l'envie de l'individu à se soumettre ou non à la pression exercée par son groupe de référence²⁵

C. Contrôle comportemental perçu (facteurs contextuels)

Correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Il représente le degré de connaissance et de contrôle que tout individu possède de ses aptitudes en plus des ressources nécessaires pour déclencher le comportement désiré, les perceptions du contrôle

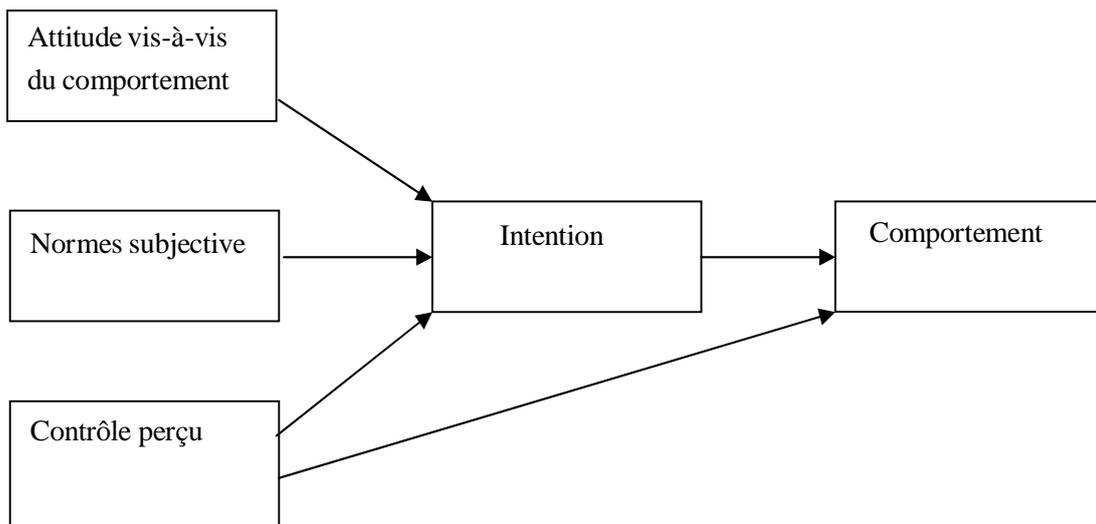
²⁴ Tounés A, 2006 « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », P59.

²⁵ KOUBAA S, 2016 « les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat »

comportement se rapprochent du concept de faisabilité de shapero et sokol (1982).²⁶

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

Figure 3: le modèle de la théorie du comportement planifié ajzen,1991)



Source : (Bird, 1988, p.444) cité par Alain Fayolle et Jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale, p113

2.3.1.3 La synthèse des modèles d'intention de Kruger et Carsrud (1993)

Krueger et Carsrud (1993) sont les premiers qui ont utilisé la théorie du comportement planifié au champ de l'entrepreneuriat, ils reprennent le fait que la création d'une entreprise est un comportement planifié, qui peut être prédit par l'intention du comportement, lorsque on cherche à mieux comprendre des phénomènes rares.

C'est une théorie qui cherche à expliquer comment les individus prennent des décisions en matière d'entrepreneuriat. Selon leur modèle, l'intention devient une variable intéressante à étudier, les trois antécédents de l'intention deviennent dans ce modèle.

A. Attrait perçue des comportements entrepreneuriaux

Ce facteur dépend des croyances relatives à l'impact du comportement en termes de conséquence positives ou négatives nous retrouvons dans cet antécédent la notion de désirabilité perçue.

²⁶ ZINEELABIDINE M, HASSAINATE S, HAMMOUCHI M ,2018« L'intention entrepreneuriale : revue de Littérature et thématiques d'analyses », International journal of Business et Economic strategy, vol .9,

B. Normes sociales perçues sur les comportements entrepreneuriaux

Ce critère rend compte des perceptions à propos du comportement visé des personnes ou des groupes qui ont une place importante (souhaités des amis, de la famille.). Dont ces perceptions sont influencées par des croyances normatives.

C. Auto-efficacité perçue /contrôle des comportements entrepreneuriaux

Cet antécédent est tout important dans ce modèle qui est relatifs a la faisabilité du comportent. Ce facteur est très similaire a la motion de « self-efficace » construit par Bandura (1986), et qui a été mobilisé dans le champ de l'entrepreneuriat.

D. Intention

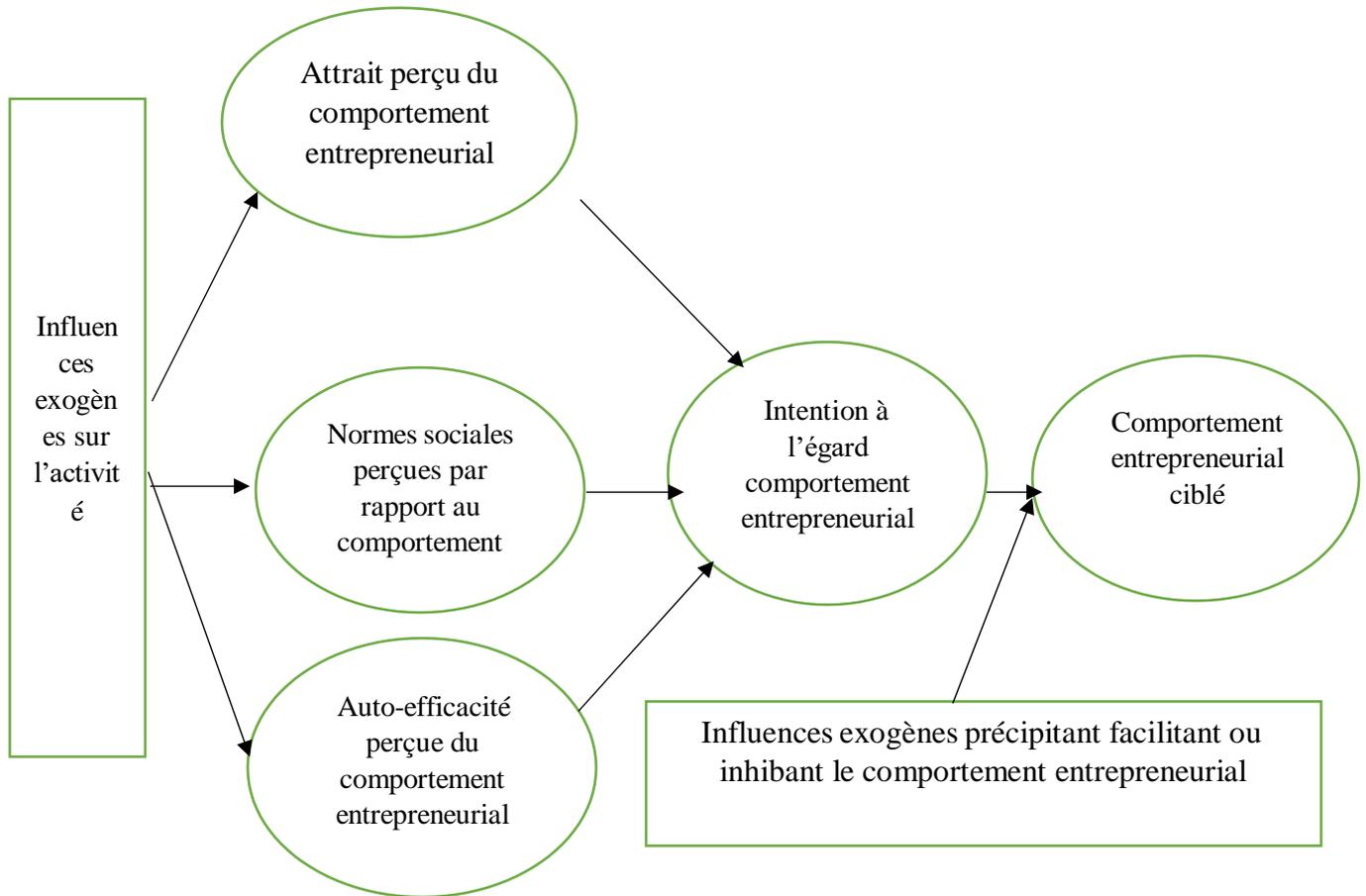
Pour Brand(1984), l'intention représente le désir d'agir que la croyance que l'on va agir par exemple Brockhaus (1987) a montré qu'il faut décider de créer une entreprise avant de savoir qu'elle type d'entreprise.

E. Hypothèse d'influence exogène précipitant facilitant ou inhibant

Ce modèle reste ouvert à l'influence de variable exogènes pour expliquer le passage de l'intention au comportement ce modèle suggère que des facteurs influencent le lien entre l'intention d'un individu et son passage à l'action.

Selon ce modèle, plus l'attitude de l'individu envers l'entrepreneuriat est positive, plus la pression sociale est forte et plus le contrôle comportemental perçu est élevé, plus l'individu sera enclin à entreprendre. Cependant l'importance de considérer les facteurs psychologiques, sociaux et individuels qui influencent la décision d'entreprendre. Il est donc utile pour comprendre et prédire les intentions entrepreneuriales des individus

Figure 4: le modèle de Krueger et Carsrud(1993)



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

2.4 Les limites du modèle d'intention entrepreneuriale

De nombreux travaux soulignent l'importance de l'intention au sein du processus entrepreneurial et la validité des théories pour apprécier le niveau d'intention entrepreneuriale, prédire ou modifier un comportement favorisant la création d'entreprise. Pour autant, quelques travaux mettent en exergue des limites à l'utilisation de ces théories.

Malgré la robustesse et l'importance des modèles d'intention entrepreneuriale, plusieurs limites majeures ont été soulevées (Grandclaude, 2021 ; Degeorge, 2016 ; Schlaegel & Koenig, 2014 ; Moreau & Raveleau, 2006).

Une première limite concerne le caractère mobile de l'intention qui revêt un caractère évolutif dépendant du contexte et de l'environnement au fil du processus et des actions menées par le porteur de projet (Tounès, 2003). Ces recherches montrent que l'intention est souvent considérée comme stable et invariable dans le temps et que les modèles théoriques se contentent de mesurer celle-ci au moment de l'enquête, les personnes interrogées faisant preuve ou non au

moment où elles sont questionnées d'une intention entrepreneuriale. Un individu peut avoir une intention entrepreneuriale à un moment, puis ne plus l'avoir et y revenir, notamment dans des processus longs où l'intention peut être altérée (Audet, 2003 ; 2004). Il est donc suggéré de mieux tenir compte du caractère dynamique de l'intention entrepreneuriale dans les méthodologies de recherche utilisées (Moreau & Raveleau, 2006 ; Krueger et al., 2000 ; Verstraete, 1999).

Une deuxième limite concerne le décalage qui peut exister entre l'intention et le passage à l'acte. Il apparaît un décalage entre les porteurs de projets qui ont l'intention de créer leur organisation et ceux qui passent réellement à l'acte (Liñán & Fayolle, 2015 ; Moreau & Raveleau, 2006 ; Hernandez & Marco, 2006 ; Danjou, 2004). De nombreux travaux s'intéressent désormais au passage de l'intention à l'action entrepreneuriale et notamment en étudiant le concept d'engagement (Fayolle & Liñán, 2014 ; Van Gelderen et al., 2015) pour analyser les facteurs permettant de réaliser le comportement souhaité malgré les obstacles et les difficultés du réel rencontrés (Gabay-Mariani, 2022). Par ailleurs, l'action peut parfois précéder l'intention (Giddens, 1984

Enfin, une troisième limite principale concerne des logiques différentes que la logique téléologique de l'intention entrepreneuriale pour expliquer l'acte de créer une entreprise (Grandclaude, 2021). Le rôle de l'intention peut dès lors être nuancé au profit des contraintes, dans le cadre de l'entrepreneuriat de nécessité (Tessier-Dargent, 2014 ; Fayolle, 2010) ou encore de l'impulsivité des individus, dans le cadre des travaux sur la désinhibition (Lerner et al., 2018). Les modèles théoriques de l'intention entrepreneuriale couramment mobilisés restent partiels et ne permettent pas de rendre compte de toutes les situations ni de l'intégralité et de la complexité du processus entrepreneurial. C'est pourquoi certains auteurs mettent l'accent sur la nécessité d'approfondir les modèles et tentent de dépasser les cadres traditionnellement mobilisés pour étudier les déterminants de l'action entrepreneuriale en proposant de nouvelles approches (Grandclaude, 2021 ; Chabaud et al., 2017).

2.5 Conclusion

A l'issue de ce chapitre, il nous a été donné de constater que l'entrepreneuriat est en effet une clé de la création de la richesse et des postes d'emplois dont l'intention entrepreneuriale constitue la plateforme du processus de création d'entreprises. Nous avons combiné le modèle d'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et le modèle de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) afin de déterminer les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants

Il est désormais admis que l'intention d'entreprendre est la première étape du processus de création d'entreprise (Shook et al., 2003). Il s'agit d'une phase essentiellement cognitive

Les modèles d'intention d'entreprendre utilisés nous a permis d'explorer cette étape et de comprendre les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Le désir d'agir et la faisabilité perçue apparaissent comme les facteurs les plus déterminants. La norme sociale et les autres variables complémentaires, le contexte universitaire et le concept de soi, introduites dans l'analyse, n'influencent pas significativement l'intention entrepreneuriale.

CHAPITRE III
ANALYSE EMPIRIQUE SUR L'INTENTION
ENTREPRENEURIALE
CAS DES ETUDIANTS DU CAMPUS ABOUDAOU

3.1 Introduction

Ce chapitre a pour objet de tenter d'apporter les éléments de réponse à la problématique du présent travail. Il est nécessaire de rappeler que l'objectif de notre travail consiste à chercher de comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants. L'étude de l'intention entrepreneuriale des étudiants revient donc à analyser les facteurs qui la déterminent.

Pour réaliser ce travail, nous avons opté pour une démarche empirique centrée sur une enquête de terrain, qui est une méthode de collecte de données. En effet, un questionnaire est adressé aux étudiants de fin de cycle.

Nous évoquerons dans ce chapitre deux points, le premier sera consacré à la présentation de lieu de l'enquête. Le deuxième point sera réservé à la présentation de la démarche méthodologique et les principaux résultats de l'enquête de terrain afin de pouvoir confirmer ou d'infirmer nos hypothèses citées au départ

3.2 La démarche méthodologique

Dans cette section, il question de présenter le milieu dans lequel l'enquête a été réalisée, l'échantillon qui y est constitué, et les techniques de collecte ainsi que de traitement de données.

3.2.1 Présentation de l'université

Pour tenter d'apporter les éléments de réponse à la problématique du présent mémoire, nous avons choisi l'université de Bejaia comme terrain de recherche. Ce choix s'explique évidemment par les raisons de commodité en termes de facilité d'accès aux sujets concernés par l'enquête. La population ciblée par notre enquête est constituée des étudiants de L3 et M1 et M2 toutes facultés confondues. Le choix de ces trois niveaux est justifié par leurs finalités des études.

L'université de Bejaia, créée en octobre 1983, est un établissement public d'enseignement supérieur pluridisciplinaire qui dispose, actuellement, de trois campus : l'un à targa ouzemour, l'autre à Aboudaou et un troisième sis à Amizour.

L'université de Bejaia tient ses origines des instituts nationaux d'enseignement supérieur

(I.N.E.S) d'électrotechnique et des sciences de la nature (créés en 1983) et de chimie (créé en 1986).

Erigée en centre universitaire en 1994, puis en université en 1998, l'université de Bejaia compte aujourd'hui plus de 43000 étudiants encadrés par 1629 enseignants permanents, accompagnés par 1171 agents techniques et de services. De vocation pluridisciplinaire, l'université de Bejaia couvre actuellement 12 sur 14 domaines de la formation supérieure. Elle est composée d'un rectorat, de quatre vice-rectorats et de huit facultés. Chaque secteur comporte des services administratifs et techniques. Le secrétariat général de l'université est chargé de la gestion administrative et financière des structures placées sous son autorité et des services administratifs et techniques communs

L'Université de Bejaia a réussi à mettre sur pied des formations de plus en plus en phase avec le monde du travail. Cette démarche lui a permis d'être mieux à l'écoute des besoins de ses partenaires économiques en matière de ressources humaines et de compétences. En quelques chiffres, la carte de l'offre de formation de l'université représente 59 spécialités en licence, 112 spécialités en master et 80 spécialités en formation doctorale. Elle dispose actuellement de 35 laboratoires et d'une unité de Recherche, agréés par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique portant sur plusieurs champs disciplinaires académique et de recherche scientifique : Tout type d'ingénierie en science et technologie, les sciences du vivant en biologie et médecine, les sciences humaines et sociales regroupant les sciences économiques, les langues et le droit⁹ Avec plus de nombreux Projets de recherche nationaux et internationaux, la production scientifique est en croissance continue avec plus de 500 publications en moyenne durant les 03 dernières années, figurant dans la base de données SCOPUS, dont près de 400 dans le Web Of Science.

3.2.2 Les objectifs de l'enquête

Notre enquête a pour objectifs de trouver les déterminants précis qui mènent à l'intention entrepreneuriale, les facteurs et les motivations qui poussent à entreprendre précisément dans le secteur universitaire, et enfin le profil de l'entrepreneur qui se lance dans la création d'entreprise.

De ce fait, cela nous permettra de confirmer ou infirmer nos hypothèses et apporter des éléments de réponse à notre problématique. Et le plus important, c'est d'apporter une valeur ajoutée à notre mémoire et le valorisé

3.2.3 L'échantillonnage

L'échantillonnage représente une opération qui consiste à sélectionner une fraction d'une population plus vaste. Pour des raisons de coûts et de délais, il est pratiquement impossible d'étudier tous les individus d'une population c'est-à-dire d'effectuer un recensement.

De plus, « Il consiste à obtenir une représentativité suffisante en cherchant à produire dans l'échantillon, les distributions de certaines variables importantes sachant que ces distributions existent dans la population à étudiée ».

Notre échantillon se compose de 200 étudiants. Nous avons pu récupérer 192 questionnaires sur les 200 étudiants contactés qui représente les questionnaires exploitables. Cela représente un taux de réponse de 96 %.

Tableau 3: les données relatives à l'échantillon

Echantillon	Total
Echantillon initiale	200
Echantillon Finale	192
Taux de réponse	96%

Source : établi par nous même avec SPSS26

3.2.4 Les techniques de collecte et de traitement des données

L'enquête par questionnaire est la technique retenue pour la collecte de données dont nous avons besoins. Cette enquête est déroulée en mois d'avril. Le questionnaire est composé de 57 questions inspirées de la revue de la littérature en la matière.

Pour mesurer l'intention des étudiants, nous posons les questions suivantes : « que préférez-vous être dans la vie professionnelle ? Et, avez-vous l'intention d'entreprendre dans le futur ? » En complément à ces questions, nous avons demandé aux personnes enquêtées de nous faire part de leur croyance qui les incitent ou les empêchent à créer une entreprise. A la fin de questionnaire nous demandons quelques renseignements sur quelques dispositifs d'aide de l'Etat et de l'université à la création d'entreprise. Mais aussi et surtout, le questionnaire contient des questions relatives au niveau d'étude et à la spécialité poursuivie, et à la date à partir de laquelle les répondant par « avoir l'intention d'entreprendre » ont eu celle-ci. Ces dernières sont censés nous renseigner sur l'existence ou non de la relation entre la formation universitaire et la formation de l'intention entrepreneuriale. En fin, dans le souci d'évaluer la fiabilité des réponses « oui, j'ai l'intention d'entreprendre », nous avons introduit des questions relatives

aux actions entreprises actuellement dans le sens de concrétiser cette intention.

Par ailleurs, le traitement de données, ainsi collectées, est effectué par nous même à l'aide de logiciel SPSS 26. Nous avons procédé a un traitement d'ordre descriptif dans le sens que nous sommes faire ressortir un certain nombre de variables liées a la formation est a l'intention d'entreprendre des étudiants universitaire,

Notre travail consiste alors à choisir les variables les plus importantes afin d'en faire ressortir différentes classes qui définissent la relation intention entrepreneuriat et information universitaire. En effet, ces variables sont : Le niveau d'étude, la faculté d'étude, la spécialité

3.2.4.1 Le traitement et dépouillement des questionnaires

Nous avons utilisé la méthode manuelle pour le traitement des données et vérifié chaque questionnaire un par un. Nous avons fait des tableaux statistiques pour chaque question à l'aide du logiciel Excel, ce qui nous a permis de bien organiser notre travail et de ressortir les statistiques dont nous avons besoin.

Nous avons présenté la méthodologie et la démarche employé dans notre enquête. Nous procéderons ci-dessous à l'analyse et à l'interprétation des résultats de notre étude.

3.2.4.2 Présentation de la démarche méthodologie de l'enquête

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

3.2.4.3 L'échantillon

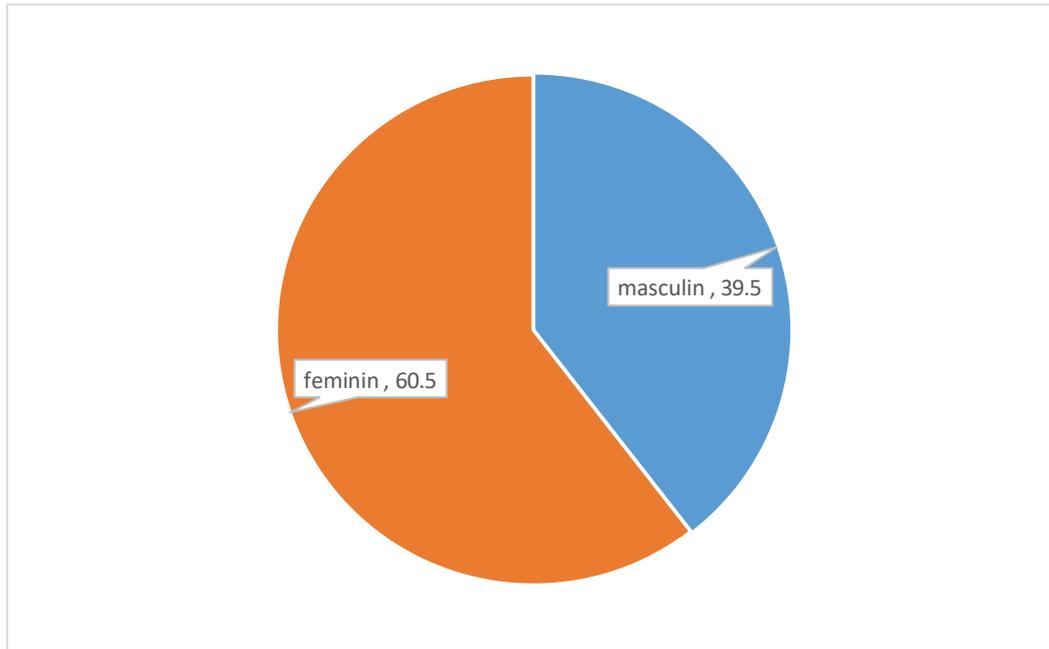
Notre travail d'étude et concentrée sur les étudiantes de I3, M1, M2 en science de gestion économie et commerciale, la collection des données a été réalisée, en distribuant un questionnaire, comportant des interrogations relatives à notre thème de recherche.

3.3 Analyse descriptive de données

3.3.1 Les étapes de l'intention

3.3.1.1 La relation entre le sexe et l'intention d'entreprendre

La volonté de croisé les données du sexe et celles de l'intention entrepreneuriale est faite pour vérifier la recherche d'opportunité entrepreneuriale à l'étape d'intention dans les deux sexes. Cela dit, c'est pour répondre à la question d'influence du sexe du répondant sur son intention d'entreprendre une aventure de création d'entreprise. Les résultats sont indiqués comme suit

Figure 5: répartition des étudiants selon le sexe

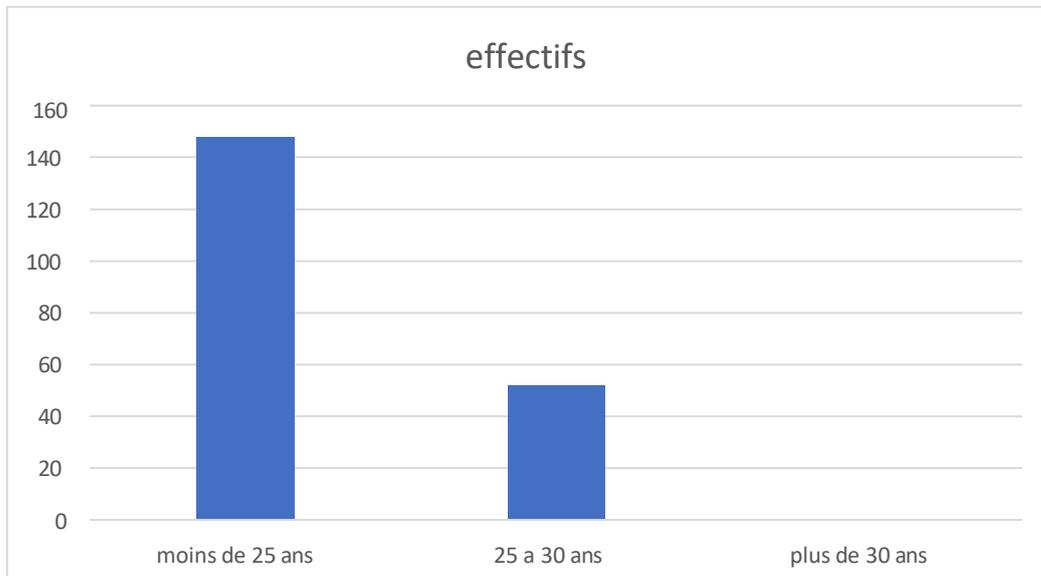
Source : établi par nous même avec SPSS26

Nous pouvons déduire que contrairement aux idées reçues, les femmes sont plus branchées et motivées pour entreprendre. Cela peut être expliqué par plusieurs facteurs à savoir : l'émergence de beaucoup de créneaux où les femmes excellent, le niveau d'instruction et leur volonté d'émancipation. Peut-être cela est dû aussi à leurs niveaux de formation et d'instruction et enfin à leurs rationalités en tant qu'agent économique voulant atteindre les sommets de la pyramide de Maslow

3.3.1.2 La relation entre l'Age et l'intention d'entreprendre

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

Figure 6:répartition de l'échantillon selon l'Age



Source : établi par nous même avec SPSS26

Les données statistiques du tableau indiquent que l'âge le plus présent est celui de « moins de 25 ans » avec un taux de 77% ; suivie par ceux de « 25-30 ans » avec un taux de 3%. Et aucun des étudiants interrogés ont un âge « plus de 30 ans ». Dans notre enquête on a essayé de toucher presque à toutes les catégories d'âge choisi dans notre échantillon

En d'autres termes plus de 3 étudiants sur 4, dont l'âge est inférieur à 25 ans ont affirmé avoir une intention de créer une entreprise. Ce résultat montre l'importance de l'âge dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Par conséquent l'idée de créer une entreprise, comme piste professionnelle pourrait se profiler à l'horizon et prendre la forme d'une intention. Ceci est d'autant plus pertinent dans un contexte économique caractérisé par la difficulté de trouver un emploi salarié.

3.3.1.3 La relation entre la formation et l'intention d'entreprendre

Le suivi d'une formation est une source d'inspiration entrepreneuriale. L'intention de partir en affaire et de créer sa propre entreprise naît quand l'entrepreneur opte pour une formation. En effet, la décision de faire une formation dans un domaine bien déterminé est généralement accompagnée par une intention de partir en affaire

Tableau 4: répartition des étudiants selon la formation

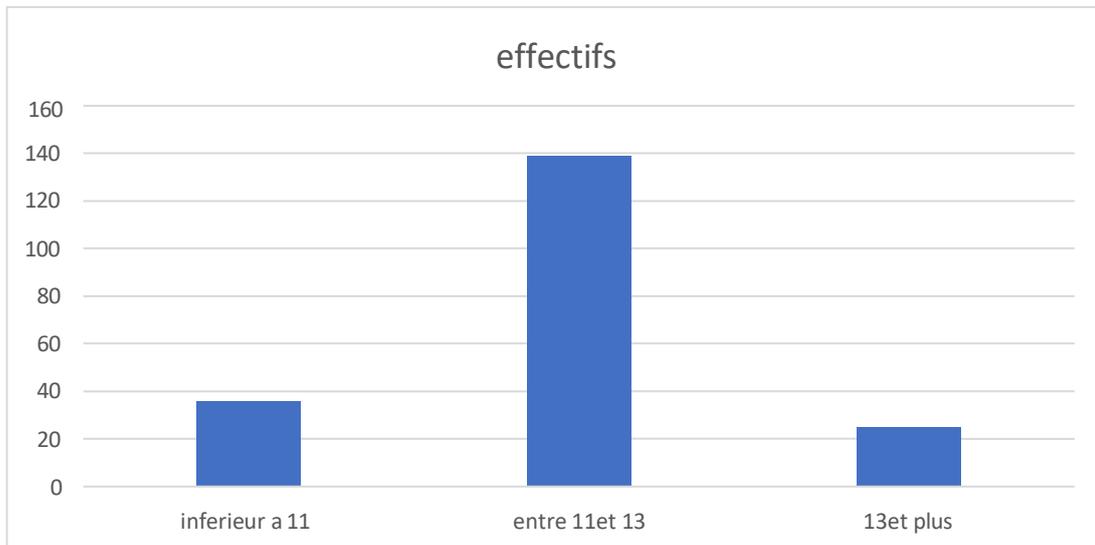
Spécialités	Effectifs	Pourcentage
Psychologie du travail	29	15,01%
Entrepreneuriat	8	4,16%
MRH	7	3,64%
EMB	7	3,64%
Management	14	7,29%
SOT	23	11,97%
GRH	8	4,16%
Orthophonie	16	8,33%
Comptabilité et audit	14	7,29%
Finance comptabilité	28	14,58%
Droit privé	7	3,64%
Droit public	21	10,93%
SIC	10	5,20%
Total	192	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après le tableau ci-dessus on remarque l'intention entrepreneuriale est dans la premier position dans l'ensemble des spécialités en science de gestion (Finance comptabilité, finance comptabilité, GRH, management, EMB et entrepreneuriat avec un taux de 45% Ces résultats des analyses indiquent que notre échantillon ont suivi une ou des formation(s) à l'entrepreneuriat ou à la création d'entreprise, sont tout de science de gestion.

3.3.1.4 La relation entre la moyenne de l'étudiant et l'intention d'entreprendre

Figure 7: répartition de l'échantillon selon la moyenne



Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après les résultats, les étudiants avec un niveau moyen ont plus l'intention d'entreprendre et cela s'explique par le fait que la réussite scolaire, généralement mesurée par la moyenne pondérée cumulative, affecte la confiance en soi d'un étudiant. Les étudiants qui obtiennent de bonnes notes peuvent développer une confiance en leurs capacités, ce qui peut les encourager à considérer l'entrepreneuriat comme une option viable.

Certains étudiants avec de bons résultats sont plus susceptibles de prendre des risques parce qu'ils ont déjà réussi leurs études. Cependant, certains étudiants préfèrent un parcours plus sûr et plus stable, même s'ils ont de bons résultats scolaires

3.3.1.5 L'apport universitaire dans la découverte de l'environnement entrepreneurial

Tableau 5: Pourcentage des étudiants qui ont découvert l'environnement entrepreneurial à l'université

Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes	Effectifs	Pourcentage
Oui	61	58,09%
Non	44	41,90%
Total	105	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après les résultats obtenus plus de la moitié des étudiants des sciences de gestions ont découvert l'environnement entrepreneuriale et environs 40% ne l'ont pas découvert

3.3.1.6 L'influence de l'entourage sur l'intention d'entreprendre

Tableau 6: L'influence de l'entourage sur l'intention d'entreprendre

votre entourage approuve-il votre envoi de vous lancez?	Effectifs	Pourcentage
Tout à fait d'accord	47	24,47%
Plutôt d'accord	26	13,54%
D'accord	77	40,10%
Neutre	42	21,87%
Total	192	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après les résultats dans le tableau ci-dessus on a obtenu on peut dire que la famille encourage leur enfants lorsqu' ils décident de créer une entreprise avec un pourcentage de (40,10%). Il s'agit de l'influence du milieu sur l'individu. Le milieu dans lequel vit l'individu joue un rôle important en matière de transmission ou d'inhibition des valeurs entrepreneuriales. Il peut y avoir plusieurs milieux (la famille, l'université). Chacun de ces milieux exerce d'une manière

ou d'une autre des influences sur les individus qui composent la société l'un des milieux les plus importants qui véhicule la culture entrepreneuriale est sans doute la famille.

On a remarqué que souvent les entrepreneurs ont dans leur entourage très proche des entrepreneurs. Les enfants d'entrepreneurs ont plus de chance que les autres enfants d'être plus tard à leur tour des entrepreneurs. Les parents entrepreneurs représentent des modèles à suivre pour les enfants.

3.3.1.7 La relation entre les moyens de financement et la Recherche d'opportunité de création

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

Tableau 7: Les moyens de financement et la recherche d'opportunité de création

Quels sont vos moyens de financement ?	Effectifs	Pourcentage
Epargne personnel	32	16,66%
Epargne familiale	62	32,29 %
Prêt bancaire	42	21,87%
Prêt de la parenté	8	4,16%
Dispositifs d'aide à la création	48	25%
Total	192	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après le tableau, pour crée une entreprise, on a besoin de moyens de financement et à travers les résultats de l'enquête on observe que (32%) on dit que l'épargne familiale est le moyens le plus utilise pour le financement de création d'entreprise tandis que (25%),et (22%), d'entre eux utilisent les prêt bancaires et les dispositifs mise par l'état , d'autre port (17%) des répondant préfèrent l'épargne personnel .

3.3.1.8 L'état : moyen de financement

A partir des résultats de tableau on trouve que (25%) des étudiant ont déjà cherché des informations sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise tel que (ANSEJ, ANADE, ANGEM, CNAC) que l'état a mis en place pour faciliter la réalisation de leur projet, ce qui explique que l'état a mis tous les moyens pour aider et motiver les étudiants a la réalisation de leurs projets.

Ce résultat nous permet de déduire que les dispositifs d'aides à la création d'entreprise sont un facteur déterminant de l'intention entrepreneuriale.

Tableau 8: moyen de financement

Quels sont vos moyens de financement?	Effectifs	Pourcentage
Epargne personnel	32	16,66%
Epargne familiale	62	32,29 %
Prêt bancaire	42	21,87%
Prêt de la parenté	8	4,16%
Dispositifs d'aide à la création	48	25%
Total	192	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

3.3.1.9 La relation entre l'intention d'entreprendre et les moyens de financement

Tableau 9: l'intention d'entreprendre et les moyens de financement

Quels sont vos moyens de financement ?	Effectifs	Pourcentage
Epargne personnel	32	16,66%
Epargne familiale	62	32,29 %
Prêt bancaire	42	21,87%
Prêt de la parenté	8	4,16%
Dispositifs d'aide à la création	48	25%
Total	192	100%

Source : établi par nous même

Elles dépendent de plusieurs facteurs. En général, il existe une corrélation positive entre les moyennes de financement et l'intention entrepreneuriale. Plus il y a d'opportunités de financement, plus une personne est susceptible d'essayer de démarrer une entreprise. En d'autres termes il est nécessaire de considérer d'autres facteurs contextuels qui peuvent influencer cette relation

3.3.1.10 La banque : moyen de financement

Tableau 10: la banque ; moyen de financement

Quels sont vos moyens de financement?	Effectifs	Pourcentage
Epargne personnel	32	16,66%
Epargne familiale	62	32,29 %
Prêt bancaire	42	21,87%
Prêt de la parenté	8	4,16%
Dispositifs d'aide à la création	48	25%
Total	192	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

Les banques accordent souvent des prêts aux entreprises pour financer des projets. Les montants varient considérablement, allant de milliers à des millions dinars. En d'autres termes certains projets et investissements peuvent nécessiter un financement externe. Dans de tels cas, un prêt bancaire peut être la meilleure option.

3.3.1.11 Possibilité de financement par les banques

Tableau 11: possibilité de financement par les banques

Pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes ?	Effectif	Pourcentage
Tout à fait d'accord	57	29,68%
Plutôt d'accord	24	12,5%
D'accord	38	19,79%
Neutre	33	17,18%
Pas d'accord	32	16,66%
Plutôt pas d'accord	8	4,16%
Total	192	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

Lorsqu'il s'agit d'ouvrir la porte aux banques, les banques peuvent être disposées à financer un projet, mais elles évaluent généralement le risque et la faisabilité du projet avant de s'engager dans le financement. Nous examinons des critères tels que la solidité financière de l'emprunteur, la rentabilité du projet, les garanties fournies et d'autres facteurs pertinents. Si le projet est jugé sûr et répond aux critères de la banque, celle-ci peut ouvrir ses portes et proposer des options de financement.

Les prêts bancaires peuvent être à court terme (moins de 1 an), à moyen terme (1 à 5 ans) ou à long terme (5 ans ou plus)

3.3.1.12 La vie est un jeu de poker

Selon cette interprétation, la vie est considérée comme un jeu stratégique dans lequel les décisions doivent être prises sur la base d'informations limitées.

La vie peut être pleine d'incertitudes et de variables indépendantes de notre volonté, mais nous pouvons toujours influencer le résultat final par nos actions et nos décisions

Tableau 12: la vie est un jeu de poker

Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Effectifs	Pourcentage
Tout à fait d'accord	86	47,25%
Plutôt d'accord	44	24,17%
D'accord	52	28,57%
Total	182	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après le tableau la majorité 47,25 % ont été tout à fait d'accord parce qu'elle dépend de leur point de vue personnel et de la façon dont ils interprètent cette métaphore. D'autre part, on pourrait dire que la vie n'est pas un jeu de poker. Est bien plus complexe et pleine de sens qu'une simple partie de poker. Un jeu de poker est une simulation compétitive dont l'objectif principal est de gagner de l'argent ou des jetons

3.3.1.13 L'intention d'entreprendre et la chance

Tableau 13: l'intention d'entreprendre et la chance

Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Effectif	Pourcentage
Tout à fait d'accord	93	49,20%
Plutôt d'accord	44	23,28
D'accord	52	27,51%
Total	189	100%

Source : établi par nous même avec SPSS26

D'après le tableau 50% des interrogés pensent que l'intention entrepreneuriale est une question de chance et l'autre moitié pensent que tout doit être prévu à l'avance pour réussir à repérer des opportunités, à réunir les moyens nécessaires pour les exploiter en vue de créer de la valeur ». L'intention d'entreprendre est de ce fait la mentalité qui conduit un individu à prendre des initiatives, à relever des défis et à devenir acteur de son propre avenir personnel et professionnel

3.4 Conclusion

Ce chapitre, nous a permis de détecter quelque variable qui impact sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Il semble qu'une bonne partie des étudiants de l'université de Bejaia ont une préférence plutôt pour l'acte entrepreneurial. Sur un échantillon de 200 étudiants caractérisé principalement par une forte présence féminine.

Ceci est du moins valable pour l'échantillon touché par notre enquête. Cette préférence est exprimée comme une déclaration d'intention de participer au projet d'un investissement qui leur permet de devenir leur propre employeur. Cependant, cette intention devrait être assez lointaine dans le futur, compte tenu de l'expérience et du financement nécessaire en tant que collaborateurs.

Par ailleurs, même si les analyses que nous avons menées donnent des résultats relativement moins identiques, il semble que la formation universitaire a, en général, une influence assez positive sur la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants enquêtés. C'est surtout la variable « spécialité » ou programmes dispensés qui explique la formation de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Nous avons, dans ce mémoire, tenté d'expliquer la formation de l'intention d'entreprendre à travers les facteurs liés à la formation universitaire (le niveau d'étude, la formation poursuivie...).

Un survol de la théorie qui traite de l'intention entrepreneuriale, comme une thématique particulière d'un champ plus large : celui de l'entrepreneuriat ; nous a permis de retenir deux dimensions, qui seraient les moteurs de l'intention, à savoir la désirabilité et la faisabilité de l'acte d'entreprendre. Ces deux notions soulevées par Shapero et Sokol (1982), renvoient aux notions d'attitude entrepreneuriale et des normes sociales, ainsi qu'à la notion du contrôle comportemental perçu d'Ajzen (1991).

Nous avons adopté le modèle de Shapero et Sokol (1982). Afin de bien cerner l'incidence de ces facteurs sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, nous avons eu recours à une enquête de terrain ayant touché un échantillon des étudiants de fin de cycle (L3, M1etM2) inscrit à l'université de Bejaia. la collecte de données dont nous avons besoin a été faite par la technique de questionnaire, tandis que l'exploitation de celle-ci a été réalisé par une analyse descriptive

L'intention entrepreneuriale est avant tout un désir et une volonté d'entreprendre. Elle est considérée une phase importante du processus entrepreneurial. Elle constitue la phase amont de tout acte entrepreneurial. Elle est le premier élément nécessaire pour le déclenchement du processus de création organisationnelle. Elle reflète l'objectif ou les objectifs du ou des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir.

Cette volonté est personnelle, souvent influencée par plusieurs facteurs qui peuvent être psychologiques (*attitudes*) ou socioculturel (*environnement social*), c'est-à-dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familiale, professionnel ainsi que l'environnement dans lequel l'entrepreneur vit. Atravers ses motivations, expériences professionnelles, ses origines sociales on pourrait voir les caractéristiques de l'entrepreneur de notre échantillon.

Les résultats et conclusions de l'enquête sont portés dans le troisième chapitre lequel a fait l'objet d'une présentation détaillée de la démarche méthodologique adoptée ainsi que de la population et de l'échantillon de l'enquête.

Les résultats de l'analyse indiquent qu'une bonne partie des étudiants de l'université de Bejaia ont une préférence plutôt pour l'acte entrepreneurial (à supposer que les résultats de

L'échantillon sont généralisables). Cette préférence est exprimée par leur intention de se lancer dans de projets d'investissement leur permettant d'être leur propre employeur. Toutefois, cette intention est projetée pour un futur assez lointain une fois l'expérience et les moyens nécessaires sont acquis en tant salariés

La première hypothèse est vérifiée puisque 61 étudiants sur 105, sont favorables à la création d'entreprise sous l'influence de leur université (voir tableau 5)

La deuxième hypothèse est vérifiée puisque 150 étudiants sur 192, sont favorables à la création d'entreprise sous l'influence de leur environnement (voir tableau 6)

L'intention entrepreneuriale se forme également sous l'effet des perceptions de faisabilité, en s'interrogeant sur les facteurs pouvant faciliter ou au contraire inhiber l'acte de création.

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

Notre travail comporte plusieurs limites, la plus évidente est celle liée à la nature de l'échantillon qui se limite aux étudiants ayant suivi des formations dans le domaine des sciences de gestion. Aussi, faut-il souligner que nous ne disposons d'aucune possibilité de vérifier le passage à l'acte des étudiants ayant déclaré voir une intention entrepreneuriale.

Bibliographie

Ouvrages et livres

- Ajzen, I. (1985), "From intentions to actions: A theory of planned behavior", *Action control: From cognition to behavior*, dans Kuhl, J. et Beckmann, J. (eds.), Heidelberg: Springer Verlag,
- Fayolle, A. (2005), Introduction à l'entrepreneuriat, Paris : Dunod.

Article et revus .

- Alain Fayolle et Jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale, p113
- Alain Fayolle et jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneure MAI 2012.
- Alain FAYOLLE – MAÎTRE DE CONFÉRENCES – CERAG – EPI (1) – INPG – ESISAR
- Alain FAYOLLE – MAÎTRE DE CONFÉRENCES – CERAG – EPI (1) – INPG – ESISAR
- Amina OMRANE, « les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial une approche dynamique », 2009.
- Azzedine TOUNÉS, L'INTENTION ENTREPRENEURIALE, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN, (2003).
- BECKER et SEXTON (1989) ; SAPIENZA Harry J ; HERRON Lanny et MENENDZ Jim (1991), cité par Bruyat (1993).
- Drucker P, « Les entrepreneurs », op-cit, p : 58.
- Fayolle(A), Filion (L.J) : Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils, Paris, village
- FAYOLLE, A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris

- Fayolle(A), Fillion (L.J) : Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils, Paris, village Mondial, p 17
- Gifford Pinchot, « Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur », 1985, p53
- HERNANDEZ. E-M, (1999), « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, Paris
- KOUBAA S, 2016,« Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Enseignant Chercheur, Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales, Université Hassan II, Casablanca, Maroc
- Louis Jacques FILLION « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », cahier de recherche Janvier 1997.
- Marchesnay. M, Julien. P-A(1996), « l'entrepreneuriat », Economica, Paris , p58-59
- SALAH.L :« l'intention entrepreneuriale des étudiants : cas du Liban», thèse pour le doctorat de Nouveau Régime Science de Gestion, Université de Nancy 2,2011
- Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, Vol. 4, n° 1, Paris, 2005, p : 42
- Tounès A, 2001 « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèle » edsanbil Med HERNANDEZ EM, 1999, op cit
- TOUNES A, 2003, « L'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse de doctorat en sciences de gestion, France, P03.
- Tounés A ,2006 « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », P59.
- ZINEELABIDINE M, HASSAINATE entrepreneuriale : revue de Littérature et thématiques d'analyses », International journal of Business et Economic strategy, vol .9
- Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. José Ernesto Amoros et Niels Bosma. www.Gemconsortium.org,
- Verstraete et Saporta (2006) « création d'entreprise et Entrepreneuriat », les Éditions de l'ADREG, Janvier 2006, <http://www.adreg.net>.
- Verstraete, B.Saporta, 2006. P 77

Listes des figures, schémas et tableaux

Listes des figures

Figure 1: Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat	19
Figure 2: Modèle de formation de l'évènement entrepreneurial (Shapero et sokol, 1982).....	33
Figure 3: Le modèle de la théorie du comportement planifié ajzen,1991)	35
Figure 4: Le modèle de Krueger et Carsrud(1993).....	37
Figure 5: Répartition des étudiants selon le sexe	45
Figure 6: Répartition de l'échantillon selon l'Age.....	46
Figure 7: Répartition de l'échantillon selon la moyenne	48

Listes des tableaux

Tableau 1 : Typologies d'entrepreneurs	12
Tableau 2 : Les questions formalisant deux approches en entrepreneuriat (Bygrave et Hofer).....	16
Tableau 3: les données relatives à l'échantillon.....	43
Tableau 4: répartition des étudiants selon la formation	47
Tableau 5: Pourcentage des étudiants qui ont découvert l'environnement entrepreneurial à l'université	48
Tableau 6: L'influence de l'entourage sur l'intention d'entreprendre	49
Tableau 7: Les moyens de financement et la recherche d'opportunité de création	50
Tableau 8: moyen de financement	51
Tableau 9: l'intention d'entreprendre et les moyens de financement.....	52
Tableau 10: la banque ; moyen de financement	52
Tableau 11: possibilité de financement par les banques	53
Tableau 12: la vie est un jeu de pocker.....	54
Tableau 13: l'intention d'entreprendre et la chance	54

TABLE DES MATIERES

Chapitre1 : L'entrepreneuriat : un concept large et complexe	5
1.1 Introduction.....	5
1.2 Cadre théorique et concept : entrepreneuriat et l'entrepreneur.....	6
1.2.1 Champs de l'entrepreneuriat.....	6
1.2.1.1 Définition de l'entrepreneuriat	6
1.2.1.2 Les formes d'entrepreneuriat	7
1.2.1.3 Les valeurs type de l'entrepreneuriat.....	9
1.2.1.4 L'importance socio-économique de l'entrepreneuriat	9
1.2.2 Définitions et typologies L'entrepreneur	10
1.2.2.1 Définition de l'entrepreneur.....	10
1.2.2.2 Les Typologies de l'entrepreneur	11
1.3 Approche et paradigme	15
1.3.1 Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat	15
1.3.2 Les paradigmes de la recherche en entrepreneuriat	18
1.3.2.1 Paradigme de l'opportunité.....	19
1.3.2.2 Paradigme de création d'organisation ou d'émergence organisationnelle	19
1.3.2.3 Opportunité et création de valeur	19
1.3.2.4 Paradigme de l'innovation.....	20
1.3.2.5 Le lien entre les quatre paradigmes entrepreneuriat.....	20
1.4 La trilogie de l'entrepreneuriat	21
1.4.1 L'entrepreneuriat : un domaine de pratique	21
1.4.2 L'entrepreneuriat : un domaine de recherche	21
1.4.3 L'entrepreneuriat : un domaine d'enseignement	22
1.5 Conclusion	23

chapitre 2 : L'intention entrepreneuriale.....	23
2.1 Introduction.....	25
2.2 L'intention entrepreneuriale : définition et concepts	25
2.2.1 Définition	25
2.2.2 Place de l'intention dans le processus entrepreneurial	26
2.2.2.1 L'intention en amont du processus entrepreneurial	26
2.2.2.2 Le processus de décision.....	26
2.2.3 La compétence de l'intention entrepreneuriale.....	29
2.2.3.1 Déclenchement du processus entrepreneurial	29
2.2.3.2 Engagement total du créateur	29
2.2.3.3 Survie-développement de l'entreprise créée	30
2.2.3.4 Le processus entrepreneurial à l'épreuve de l'engagement dans le temps	30
2.2.4 Les facteurs structurants de l'intention entrepreneuriale.....	30
2.3 Les modèles de l'intention entrepreneuriale	32
2.3.1 Les modèles de l'intention entrepreneuriale.....	32
2.3.1.1 Le Modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)	32
2.3.1.2 La théorie du comportement planifié (Ajzen 1991)	34
2.3.1.3 La synthèse des modèles d'intention de Kruger et Carsrud (1993).....	36
2.4 Les limites du modèle d'intention entrepreneuriale	38
2.5 Conclusion	40
Chapitre 3 : Analyse empirique sur l'intention entrepreneuriale	
.....	42
3.1 Introduction.....	42
3.2 La démarche méthodologique.....	42
3.2.1 Présentation de l'université	42
3.2.2 Les objectifs de l'enquête	43
3.2.3 L'échantillonnage	44
3.2.4 Les techniques de collecte et de traitement des données	44

3.2.4.1	Le traitement et dépouillement des questionnaires.....	45
3.2.4.2	Présentation de la démarche méthodologie de l'enquête.....	45
3.2.4.3	L'échantillon	45
3.3	Analyse descriptive de données	45
3.3.1	Les étapes de l'intention	45
3.3.1.1	La relation entre le sexe et l'intention d'entreprendre	45
3.3.1.2	La relation entre l'Age et l'intention d'entreprendre	46
3.3.1.3	La relation entre la formation et l'intention d'entreprendre	47
3.3.1.4	La relation entre la moyenne de l'étudiant et l'intention d'entreprendre.....	49
3.3.1.5	L'apport universitaire dans la découverte de l'environnement entrepreneurial.....	50
3.3.1.6	L'influence de l'entourage sur l'intention d'entreprendre.....	50
3.3.1.7	La relation entre les moyens de financement et la Recherche d'opportunité de création.....	51
3.3.1.8	L'état : moyen de financement	51
3.3.1.9	La relation entre l'intention d'entreprendre et les moyens de financement	52
3.3.1.10	La banque : moyen de financement	53
3.3.1.11	Possibilité de financement par les banques	53
3.3.1.12	La vie est un jeu de pocker	54
3.3.1.13	L'intention d'entreprendre et la chance.....	55

Résumé

Cette étude a pour objectif d'expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia, et notre objectif est d'évaluer l'intention entrepreneuriale des étudiants.

L'intention entrepreneuriale se forme également sous l'effet des perceptions de faisabilité, en s'interrogeant sur les facteurs pouvant faciliter ou au contraire inhiber l'acte de création. Les résultats de notre étude nous ont révèlé que les étudiants d'université de Bejaia ayant l'intention entrepreneuriale.

Les jeunes universitaires de Bejaïa font face à plusieurs difficultés empêchent de bien mener leur projet de création se résume en manque de financement, contraintes administratives.

L'étude que nous avons menée sur l'intention entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaïa, montre une forte intention de créer et mener des projets.

Summary

This study aims to explain the entrepreneurial intention of the students of the University of Bejaia, and our objective is to evaluate the entrepreneurial intention of the students. Entrepreneurial intention is also formed by the perception of feasibility, questioning the factors that may facilitate or otherwise inhibit the act of creation.

The results of our study revealed to us that Bejaia University students with entrepreneurial intent.

The young academics in Bejaia face many difficulties that prevent them from carrying out their creative projects: lack of funding, administrative constraints and bad experience.

The study we conducted on the entrepreneurial intention in the city of Bejaia, shows strong intention to create and lead projects.

Questionnaire sur l'intention Entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia

Ce questionnaire est réalisé dans le cadre de la réalisation de notre **mémoire de master** en sciences de gestion, Spécialité : « **Entrepreneuriat** ».

A/ Renseignement sur l'étudiant

- | | |
|--|---|
| <p>1- Sexe
 <input type="checkbox"/> Masculin <input type="checkbox"/> Féminin</p> <p>2- Ages
 <input type="checkbox"/> Moins de 25 ans <input type="checkbox"/> De 25 à 30 ans
 <input type="checkbox"/> Plus de 30 ans</p> <p>3- Situation matrimoniale
 <input type="checkbox"/> Célibataire <input type="checkbox"/> Marié</p> | <p>4- Faculté
 <input type="checkbox"/> SECG <input type="checkbox"/> Langues étrangères <input type="checkbox"/> Droit
 <input type="checkbox"/> Sciences humaines et sociales</p> <p>5. Spécialité</p> <p>6. Niveau d'étude : <input type="checkbox"/> L3 <input type="checkbox"/> M1 <input type="checkbox"/> M2</p> <p>7. Généralement votre moyenne est entre :
 <input type="checkbox"/> inférieur à 11 <input type="checkbox"/> Entre 11 et 13 <input type="checkbox"/> 13 et plus</p> |
|--|---|

B/ L'intention entrepreneuriale

8. Avez-vous l'intention de créer votre entreprise ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plus tôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

9. Si oui, pensez-vous le faire juste après l'obtention de votre diplôme

1	Tout à fait d'accord	
2	Plus tôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

10. Pensez-vous le faire après une petite expérience en tant que salarié ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plus tôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

11. Si vous deviez choisir entre être salarié et créer votre entreprise, vous choisissez quoi ?

1	Etre salarié à vie	
2	Etre salarié puis créateur	
3	Se lancer dans la création	
4	Faire un visa d'étude	
5	Les deux à la fois si possible	
6	Je ne sais pas	

Autre :

12. Vous êtes à la recherche d'opportunités de création d'entreprise ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plus tôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

13. Vous vous documentez et consultez les avantages offerts par l'Etat pour faciliter la création de votre entreprise ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plus tôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

14. Si c'est oui, l'Etat a-t-il réussi à vous motiver à créer votre entreprise par ses dispositifs d'aide à la création ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

15. Si vous répondez par « d'accord, plutôt d'accord ou tout à fait d'accord », dites par quel canal

1	Par des conférences et autres	
2	Par les médias	
3	Par ses organismes ou banques	
4	Par d'anciens créateurs	

16. vous souhaitez que l'Etat vous informe plus sur la création et les aides accordées ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

17. Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes pour vous aider à entreprendre ?
 Oui Non

18. Si oui comment vous les connaissez ?

1	Par l'université « mails... »	
2	Par affichage	
3	Par vos enseignants	
4	Par des étudiants	
5	Par les médias	

19. Si oui, connaissez-vous ces organismes ?
 Oui Non

20. l'université vous donne envie d'entreprendre ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

21. Avant l'université, aviez-vous l'intention d'entreprendre ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

22. Suivez-vous une formation en entrepreneuriat ?
 Oui Non

23. Si non, êtes-vous favorable à des formations d'entrepreneuriat faite par l'université ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

24. Si oui, vous la trouvez intéressante ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

25. Quel est le degré d'influence de cette formation sur votre intention d'entreprendre ?

1	Très déterminante	
2	Plutôt déterminante	
3	Déterminante	
4	Neutre	
5	Plutôt pas déterminante	
6	Dissuadante	

26. Savez-vous si votre formation peut vous ouvrir les portes sur le monde entrepreneurial ?
 Oui Non

27. Si non pour quoi ? Classez les raisons par ordre

	Vous ne connaissez pas le marché de l'emploi	
	L'université ne vous a pas informé sur les débouchés de création d'entreprise dans votre spécialité	
	Vous vous n'êtes pas projeté dans le future pour être concentré sur vos études	
	Vous vous sentez pas concerné parce que vous avez décidé de faire un visa d'étude	

Autre :

28. Etes-vous favorable à être informé sur le potentiel entrepreneuriale de votre formation ?

1	Tout à fait favorable	
2	Plutôt favorable	
3	Favorable	
4	Neutre	
5	Pas favorable	
6	Plutôt pas favorable	
7	Pas du tout favorable	

29. Par quelle voie ?

1	Par mail, site et affichage...	
2	A l'auditorium par faculté	
3		

Autre :

30. Suivez-vous une formation continue en dehors de l'université ? Oui Non

31. Si c'est oui, est-elle ?

1	Payante	
2	Gratuite	
3	Ecole privée	
4	Structure publique	

32. Admettons que l'université offre des formations continues payantes, serez-vous favorables à les suivre plus que le privé ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

33. Si vous répondez d'accord, plutôt d'accord ou tout à fait d'accord, cochez et classez les raisons de votre choix :

	Qualité des enseignements	
	Diplôme universitaire	
	L'environnement « université »	

Autre :

34. Si un jour vous décidez de suivre une formation continue complémentaire à l'université, qu'elles sont vos exigences par ordre ?

	Flexibilité des horaires	
	Prix intéressants	

Autre :

C/ La désirabilité

35. Votre désir de créer une entreprise est-il fort ?

1	Très fort	
2	Plutôt fort	
3	fort	
4	Neutre	
5	Plutôt faible	
6	Très faible	

36. Si vous avez une intention d'entreprendre forte, plutôt fort ou très forte, quelles sont les motivations qui vous ont influencé ?

1	Suite aux initiatives de l'université	
2	Mon environnement familial (relations)	
3	Être autonome (être chef)	
4	Échapper au chômage en créant mon propre emploi	
5	Gagner plus d'argent	
6	Réaliser un rêve ou une idée innovante	
7	Avoir une satisfaction personnelle	
8	Vous aimez le risque	
9	Les dispositifs d'Etat	
10	Les opportunités disponibles	

37. Etes-vous enthousiaste à l'idée de créer une entreprise ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

38. Pensez-vous maîtriser personnellement le processus de création d'une entreprise ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

39. Etes-vous favorable de vous engager dans une entreprise existante comme associé ?

1	Tout à fait favorable	
2	Plutôt favorable	
3	Favorable	
4	Neutre	
5	Pas favorable	
6	Plutôt pas favorable	
7	Pas du tout favorable	

40. Les gens dont l'opinion vous importe approuveraient que vous vous lanciez dans la création d'une Entreprise ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

41. Quel est l'impact de votre formation sur votre désir de concrétisation d'une entreprise ?

1	Très fort	
2	Plutôt fort	
3	fort	
4	Neutre	
5	Faible	
6	Plutôt faible	
7	Très faible	

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

1	Industrie	
2	Service et culture	
3	Commerce	
4	Agriculture	
5	Artisanat	

43. Votre désir d'entreprendre est-il influencé par votre formation ?

Oui Non

Autre : Par.....

44. Le lieu d'implantation de votre projet doit-il être :

1	Dans votre Wilaya	
2	En dehors votre Wilaya	
3	Indifférent	

D/ La faisabilité :

45. Pensez-vous maîtriser personnellement le processus de création d'une entreprise et assurer son aboutissement ?

1	Tout à fait capable	
2	Plutôt capable	
3	capable	
4	Neutre	
5	Pas capable	
6	Plutôt pas capable	
7	Pas du tout capable	

46. Avez-vous confiance en vos capacité pour réussir un projet ?

1	Tout à fait confiance	
2	Plutôt confiance	
3	confiance	
4	Neutre	
5	Pas confiance	
6	Plutôt pas confiance	
7	Pas du tout confiance	

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

- Oui Non Ne sais pas

48. Si oui, qui sont-ils ?

- Famille Amis Voisins Entrepreneur x

49. Comment – ils vous ont influencés ?

1	Conseil et éveil	
2	Expertise	
3	Partenariat	

50. Quel est le degré d'influence

1	Très fort	
2	Plutôt fort	
3	fort	
4	Neutre	
5	Faible	
6	Plutôt faible	
7	Très faible	

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

1	Epargne personnel	
2	Epargne familiale	
3	Prêt bancaire	
4	Prêt de la parenté	
5	Prêt d'ami(e)	
6	Dispositif d'aide à la création	

52. pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes pour le financement

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

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

1	Tout à fait informé	
2	Plutôt informé	
3	informé	
4	Neutre	
5	Pas informé	
6	Plutôt pas informé	
7	Pas du tout informé	

54. En cas de demande d'un prêt auprès d'une institution bancaire ou organismes d'aide, croyez-vous qu'il y aurait refus car ? Classez les raisons

	Vous n'avez pas d'expérience dans le secteur exploité	
	Fonds personnel insuffisants	
	Garanties insuffisantes	
	Réseau insuffisant	
	Impréparation du projet	
	Projet très risqué	
	Activité saturée	

Autre :

E/ La propension à l'action

55. Cela ne sert à rien de faire des prévisions sur le futur, car tout est une question de chance ?

1	Tout à fait possible	
2	Plus tôt possible	
3	Possible	
4	Neutre	
5	Pas possible	
6	Plus tôt pas possible	
7	Pas du tout possible	

56. Pensez-vous que ce qui devrait arriver arrivera quelque que soient vos actes ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

57. Pensez-vous que la vie est un jeu de poker ?

1	Tout à fait d'accord	
2	Plutôt d'accord	
3	D'accord	
4	Neutre	
5	Pas d'accord	
6	Plutôt pas d'accord	
7	Pas du tout d'accord	

**Cher(e) étudiant(e), futur(e) cadre ou patron(ne),
Merci pour votre temps et avis précieux !**