

Université Abderrahmane Mira de Bejaia  
Facultés des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion  
Département des sciences de Gestion

## Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Sciences de Gestion

Option : Entrepreneuriat

# Thème

## L'intention Entrepreneuriale Enquête auprès des Etudiants de L'université de Bejaia

**Elaborée par :**

BENTATA Fahima

SAOUDI Hassiba

**Sous la Direction de :**

Mr. ADJOUT Samir

**Membres de jury :**

**Président :** Mme TRAKI .D

**Encadreur :** Mr ADJOUT .S

**Examineur :** Mme MAKHLOUF .T

Promotion : Juin 2019

# *Remerciements*

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

*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 modeste mémoire,  
Nous remercions notre encadreur Ajoute pour ses  
orientations, ses  
conseils, et ses encouragements.*

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

*Nos gratitudes remerciments également les étudiants que  
nous  
avons enquêtés, pour avoir accepté de collaborer à ce travail  
en  
répondant soigneusement à nos questions.*

## **Dédicaces**

***Je dédie ce présent travail à ceux qui, avec amour, se sont donnés jour après jour, pour faire le bonheur de ceux qui m'entourent, à ceux qui se sont donnés corps et âme pour moi.***

***Mes parents, mon frère et mes sœurs ;***

***Ainsi qu'à tous (toutes) mes amis (es) : NASSIM, ZAHIR, DIMO, NADIR, et HANAN, ASSIA, ZIYA.***

**B .Fahima**

# Dédicaces

A mes chers parents.

A toute ma famille,  
exceptionnellement mes frères et  
mes sœurs et Ayman.

A mes amis (es) : Lilia,  
Naima, Meriem, Widad, Sabrina,  
Sarah.

**Hassiba**

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : L'entrepreneuriat : paradigme et approche</b>	
Introduction.....	3
<b>Section1 :L'entrepreneuriat : définitions et paradigme</b> .....	3
<b>Section2 : Les principales approches en entrepreneuriat</b> .....	10
Conclusion.....	14
<b>Chapitre II : l'intention entrepreneuriale</b>	
<b>Section 1 : L'intention entrepreneuriale : définition et concept</b> .....	15
<b>Section 2 : Les principaux cadres théoriques modélisant l'intention</b> .....	21
Conclusion.....	28
<b>Chapitre III : PME en Algérie : Etats des lieux</b>	
<b>Section 1 : Généralité sur PME</b> .....	29
<b>Section 2 : Formation et entrepreneuriat</b> .....	36
Conclusion.....	41
<b>Chapitre IV Analyse de l'intention entrepreneuriale les des étudiants de l'université de Bejaia</b>	
<b>Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia (campus Aboudaou)</b> .....	43
<b>Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête de terrain</b> .....	44
Conclusion.....	60
<b>Conclusion générale</b> .....	61
Bibliographie	
Liste des tableaux	
Annexe	
Liste des figures	
Résumé	

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe, multidimensionnel, qui peut revêtir plusieurs formes (nouvelle création, reprise, entrepreneuriat). Ces enjeux sont observables sur le plan économique, social, personnel, ...

Comme champ de recherche, économistes, sociologues et gestionnaires se sont intéressés à l'entrepreneuriat, pour cerner un aspect bien déterminé d'un phénomène, dont la complexité a été largement reconnue. Alors que les uns se sont intéressés au rôle de l'entrepreneur dans le système économique, les autres se sont focalisés sur la personne même de l'entrepreneur, en mettant l'accent sur les caractéristiques qui le différencie des non entrepreneurs.

Devant les difficultés de validations empiriques de l'approche centrée sur les individus, et faces aux multiples fonctions qui ont été attribuées à l'entrepreneur ; la décennie 1990 a vu naître l'approche processuelle, comme une piste, qui reconnaît à l'entrepreneuriat sa complexité et la nécessité de considérer l'entrepreneur dans ses interactions avec l'environnement.

Dans ce cadre l'intention entrepreneuriale a été détectée comme une phase déterminante et un moment fort du processus entrepreneurial. Créer une nouvelle entreprise est un acte planifié, souvent précédé par l'intention de s'y engager. Elle constitue, selon Ajzen (1991), le meilleur prédicateur du comportement entrepreneurial. Son importance est d'autant plus que Fillion (2003) avait souligné que le champ de l'entrepreneuriat peut tirer bénéfice, même des processus qui n'aboutissent pas la création.

C'est dans ce cadre que l'on s'intéresse dans ce travail, à l'intention entrepreneuriale des étudiants. Notre objectif consiste à illustrer et expliquer les facteurs explicatifs de l'intention des étudiants à s'inscrire dans une activité entrepreneuriale, comme piste professionnelle. La question à laquelle nous aspirons répondre est la suivante :

### **Quels sont les facteurs qui agissent sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia ?**

Les hypothèses de recherche que nous testons dans le cadre de ce travail sont :

H1 : l'intention entrepreneuriale des étudiants est déterminé par la désirabilité, à travers l'attitude et les normes sociales.

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

Notre travail comporte une partie théorique axée sur une recherche bibliographique sur le thème de l'entrepreneuriat, et particulièrement sur l'intention entrepreneuriale. Dans la partie

pratique, une analyse statistique des données relatives à la création de PME au niveau national et à l'échelle de la wilaya de Bejaia devrait être effectuée, afin de cerner l'ampleur et l'importance de l'activité entrepreneuriale. Enfin, une enquête de terrain, par questionnaire auprès d'une population estudiantine est effectuée, afin de cerner les aspects qui influencent l'intention des étudiants à créer une entreprise.

Le travail est ainsi organisé en quatre chapitres : L'objet du premier chapitre consiste à présenter certaines clarifications des concepts relatifs à l'entrepreneuriat, la première section pour l'entrepreneuriat et paradigmes, et la seconde section est réservé aux principales approches en entrepreneuriat. Le deuxième qui porte sur l'intention entrepreneuriale, est scindé en deux sections : la première évoque la notion de l'intention et la seconde concerne les principaux modèles théoriques de l'intention entrepreneuriale. Dans le troisième chapitre on aborde les généralités sur les PME en Algérie. Dans la première section sur les généralités des PME, quant à la deuxième section, elle sera réservée à la PME de la wilaya de Bejaia. Le quatrième chapitre traite des aspects méthodologiques de notre travail, et met enfin l'accent sur l'analyse des principaux résultats auxquels, nous sommes parvenus.

## Introduction

Notre thème d'étude est sur l'intention entrepreneuriale, nous avons consacré ce premier chapitre à l'évolution historique de la littérature et des écrits relatifs à l'entrepreneuriat qui est un phénomène complexe, économique et social...etc.

Dans les recherches sur l'entrepreneuriat, il n'existe toujours pas de consensus autour de sa définition, voire, le seul consensus qui existe est justement sur l'absence d'une définition universelle et univoque acceptée par tout le monde (Bruyat & Julien 2001). Plusieurs courants de pensée se sont succédé en vue d'expliquer le phénomène entrepreneurial. Plus récemment, des auteurs tels que Bygrave (1989) ; Gartner (1985, 1993) se sont intéressés à l'entrepreneuriat dans une perspective processuelle (l'émergence organisationnelle, l'identification d'opportunités.).

Ce premier chapitre sert à présenter le cadre théorique de notre recherche. Tout d'abord, il reprend les différents paradigmes et définitions des concepts, à la fois, de l'entrepreneuriat, dans la première section. Ensuite, il 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, dans la deuxième section.

### Section 01 :L'entrepreneuriat : Définitions et paradigmes

Le champ de l'entrepreneuriat recouvre des objets qui apparaissent comme très divers. Aujourd'hui, de nombreux chercheurs (Gartner 1989 Stevenson & Jarillo 1990,...etc.) admettent que des définitions différentes peuvent être utilisées selon les problématiques de recherche retenues.

#### 1.1. Définitions de l'entrepreneuriat

La définition entrepreneurial et une problématique particulière qui réalise trois problématiques différentes :

- ✓ L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social.
- ✓ L'entrepreneuriat en tant qu'objet de recherche.
- ✓ L'entrepreneuriat en tant que domaine d'enseignement.

L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social s'intéresse à des effets, à des résultats de l'acte d'entreprendre. L'innovation, le renouvellement des entreprises, la création d'entreprise et d'emplois, les changements d'état d'esprit constituent des exemples de ces

effets. À ce niveau, les relations entre les phénomènes, les individus qui s'y intéressent ou le recherchent et la société doivent également être prise en considération.

L'entrepreneuriat en tant que objet spécifique de recherche pourrait s'intéresser à des comportements (*individuels et/ou organisationnels*). Les comportements adoptés dans des processus de découverte et d'exploitation d'opportunités (Shane et Venkataraman, 1997), par exemple. Ou encore ceux qui sont en jeu, lors de l'émergence de nouvelles organisations (Gartner, 1990, 1993).

L'entrepreneuriat est devenu un domaine d'intérêt incontournable auquel les différentes parties prenantes de l'entreprise se tournent de plus en plus (Fayolle, 2005 ; Welter et Lasch, 2008)<sup>1</sup>.

L'entrepreneuriat a été successivement défini dans le cadre d'approches privilégiant les résultats de l'action d'entreprendre, les caractéristiques des individus agissant en tant qu'entrepreneurs et, enfin les processus et les stratégies conduisant au comportement entrepreneurial<sup>2</sup>.

Azzedine 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* »<sup>3</sup>.

D'après Fayolle et Filion « *l'entrepreneuriat : c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises 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* »<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>BINKKOUR M, 2012, « La promotion de l'entrepreneuriat au Maroc : rôle de l'Etat et perception des entrepreneurs », thèse de doctorat, Maroc, p03.

<sup>2</sup>FAYOLLE A, DEGEORGE JM, 2012, « Dynamique entrepreneuriale », Edition de boeck, Paris, P10.

<sup>3</sup>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.

<sup>4</sup>BERREZIGAA. MEZIANE A., 2008, « La culture entrepreneurial chez les entrepreneurs algériens », Colloque National sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie », p03.

## 1.2. Les concepts de l'entrepreneuriat

La littérature portant sur l'entrepreneuriat étudie principalement autour de trois concepts : l'esprit d'entreprise, l'entrepreneur, la création d'entreprise :

### 1.2.1. L'esprit d'entreprise

L'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir) dans une sorte d'aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses<sup>5</sup>. L'esprit d'entreprise se développe dans la sphère économique.

### 1.2.2. L'entrepreneur

L'entrepreneur représente le cœur de l'entrepreneuriat, il innove en fonction des opportunités qui se présentent à lui, mais aussi, organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant ses intérêts.

Richard-Lacasse (1985) rappelle les divers aspects de la notion d'entreprendre, mis en avant par différents auteurs. Shapiro(1980) utilise le terme afin de caractériser l'inventeur, le vendeur d'une toute personne recherchant l'indépendance, qui s'empare d'une opportunité et crée une nouvelle entreprise : « Une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a l'idée la dirige et en prend le risque » .selon différentes études, l'entrepreneur est un individu valorise le risque calculé (Brockhaus, 1980), qui favorise les actions centrées sur le développement, l'innovation ou la création. C'est un individualiste qui agit au nom de mobiles personnels<sup>6</sup>.

Donc L'entrepreneur est celui qui combine les ressources (capital, main d'œuvre, matières premières et autres actifs...) pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations, donc créer un ordre nouveau.

<sup>5</sup>JULIEN PA, MARCHESNAY M, 1996, « L'entrepreneuriat », Edition économisa, Paris, P08.

<sup>6</sup>JULIEN PA et Josée St-pierre, 1999, « Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat », p67

### 1.2.3. La création d'entreprise

La création d'entreprise est une notion à facettes multiples et que les entreprises nouvelles constituent un objet hétérogène (Bruyat, 1993), un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de la variété des types d'entreprises créées et de la diversité des types d'entrepreneurs. À titre d'illustration, quel rapport y a-t-il entre ceux qui créent leur emploi (artisanat, petit). Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit une autre entreprise<sup>7</sup>.

### 1.3. 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. Notre volonté n'est en aucun cas de les opposer, mais plutôt de voir les différentes façons d'envisager le processus entrepreneurial.

#### 1.3.1. Paradigme de l'opportunité d'affaire

L'occasion d'affaires très fréquemment évoquée dans la littérature traitant d'entrepreneuriat. Cette vision construite à partir d'une idée initiale de l'entrepreneuriat et comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman, 2000). Elle y associe parfois d'autres notions, telles que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation.

Deux écoles semblent s'affronter, celle qui voit dans l'opportunité une réalité objective, identifiable en tant que telle. Les opportunités existent et il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour se les approprier et les transformer en réalités économiques. D'autre part, celle qui postule que l'opportunité est une construction naissant des interactions et des confrontations entre un individu et un environnement. L'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ, élément « objectif » qu'il faut découvrir, de ce processus (Fayolle, 2004).

Opportunité = idée(s) + créativité entrepreneuriale<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>JULIEN PA, MARCHESNAY M, 1991, « l'entrepreneuriat », Edition Economica, Paris, P108.

<sup>8</sup>FAYOLLE A, 2012, op. cit., P11.

### 1.3.2. Paradigme de la création d'une organisation

L'entrepreneuriat est considéré comme un processus qui conduit à la création d'une nouvelle organisation. Le processus de création d'une organisation selon Gartner(1985), l'émergence d'une nouvelle organisation est l'essence même de l'entrepreneuriat. Par conséquent, l'étude de l'entrepreneuriat revient à l'étude des processus qui aboutissent à l'émergence de nouvelles organisations.

Dans ce processus d'émergence organisationnelle, Gartner (1985) indique qu'il est pertinent de considérer l'environnement, l'individu et l'entreprise. Il retient comme principales variables psychologiques : La propension à la prise de risque, le lieu de contrôle, le besoin en accomplissement et certaines variables démographiques (éducation, âge, parents entrepreneur, etc...).La composante la plus importante autant que le nombre de variables utilisées par plusieurs chercheurs qui définissent une nouvelle entreprise par l'entrepreneur est la dimension environnementale<sup>9</sup>. L'environnement joue beaucoup dans la création de l'entreprise. Ce paradigme a encouragé les chercheurs à contempler l'organisation à la fois comme moyen et comme résultat du processus entrepreneurial.

### 1.3.3. Paradigmes de la création de valeur

La valeur est le résultat d'un processus de gestion dont chaque fonction de l'entreprise possède une interprétation. La création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner(1990).Selon Bruyat (1993) il définit la création de valeur comme « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu-crédation de valeur » donc à partir d'une relation liant un individu a la valeur qui contribue à créer à travers ses idées, une opportunité, une innovation, partie contenus dans un projet et d'une organisation. Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement qui peut être défini comme suit : « L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur...et il est l'acteur principal et Le support de la création de valeur, de ce fait nous avons :

Individu  $\Rightarrow$  création de valeur

La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Qui occupe une place dans sa vie(son activité, ses buts...), qui modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeur...), nous avons :

Crédation de valeur  $\Rightarrow$  individu »

<sup>9</sup> KOMBI K, 2008, «Dynamique entrepreneurial en territoire de Lubreo», université catholique de Graben, licence, p27.

La création de valeur individu peut être appréhendée comme un système en interaction avec son environnement donné. Cette représentation par rapport à Gartner(1985) dans les dimensions important sont : l'(es) individu(s), l'environnement, l'organisation et le processus<sup>10</sup>.

#### **1.3.4. Paradigme de l'innovation :**

C'est le paradigme le plus ancien qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu' 'à l'école Autrichienne. Au sens de, Schumpeter (1935), l'entrepreneur a un rôle particulier dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine de innovation de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui engendre « la destruction créatrice »<sup>11</sup>. Dans cette logique, le fondement de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle correspond aux nouveaux produits, à de nouvelles méthodes de production ou d'organisation, aux de nouveaux marchés, à de nouvelles sources d'approvisionnement et/ou de nouvelles structures du marché (Paturel 2007). L'innovation est la fonction spécifique de l'entrepreneuriat et le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent<sup>15</sup> (Drucker 1985).

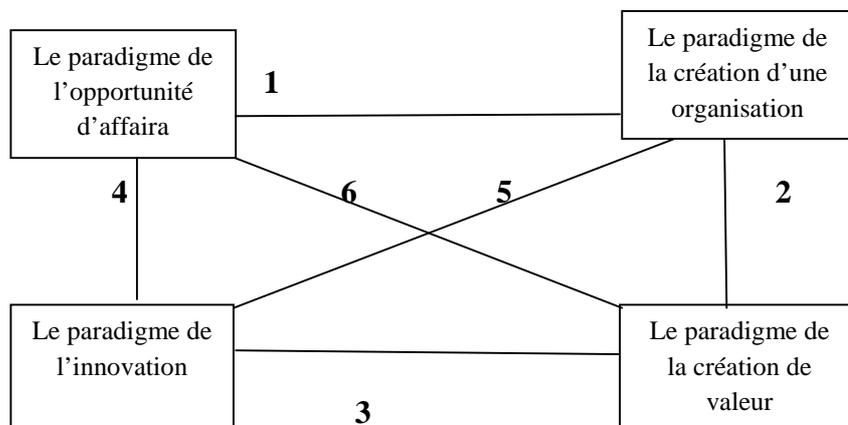
Cette notion est la résultante de nouveaux produits et business moyen se lancent sur les marchés et qui remplacent les anciens, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

**1.3.5. 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 suivant explique cette analyse :

<sup>10</sup>JANSSEN F, 2016, « Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat », de Boeck, Paris, p47.

<sup>11</sup> CASSONM, (1991), « l'entrepreneur, collection Gestion » ; Econmica, Paris : p278

**Figure n°1 :** Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat (Verstraete et Fayolle, 2005)



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

1. pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, d'une façon ou d'une autre, de s'organiser. Les ressources diverses se cristallisent en une organisation (processus et/ou son résultat).
2. L'organisation, ne peut exister durablement (et l'entrepreneur conserver son statut par rapport à cette organisation) sont des valeurs qui attendent le déférents ressource pour à son fonctionnement.
3. La création de nouvelle valeur et l'innovation sont des notions difficilement indissociables, par ce que l'innovation réussie est toujours une source de valeur nouvelle, par contre la création de valeur nouvelle n'a pas systématique une innovation comme source unique. La création de valeur est reliée à l'innovation et à la création d'avantages concurrentiels durables.
4. Les opportunités qui sont le fruit d'innovation qui produisent de nouvelle croissance, Une innovation peut répondre à la construction d'une opportunité sur le marché (la présentation d'un nouveau produit ou service).
5. Toute les productions d'une opportunité, appelle une organisation et l'existence de celle-ci favorise l'interaction créative à l'innovation.
6. Les opportunités fait –elle découverte où constitue un élément important de la création de valeur (Bryant défini « l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur ...il en est l'acteur principal »).

## Section 02 : les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois principales approches : descriptive, fonctionnelle et processuelle. 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 ? ».

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

L'approche descriptive appelée également, approche par les traits (Stevenson et Jarillo, 1990) est une approche centrée sur l'individu. Elle consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (les non-entrepreneurs).<sup>12</sup>

McClelland, D. A (1961, 1962, 1965, 1987) est peut-être le premier chercheur incarnant cette approche psychosociologique de l'entrepreneuriat. Il définit les différentes caractéristiques significatives de la personnalité du dirigeant. Pour lui, les principales caractéristiques des entrepreneurs sont un besoin élevé d'accomplissement (*'need for achievement'*), une forte confiance en eux.

En 1999 Hernandez, a recensé les travaux réalisés par les nombreuses recherches sur la personnalité, les origines du créateur :

- Le besoin d'accomplissement (*'need for achievement'*) : Les entrepreneurs manifestent un fort besoin d'accomplissement, ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leurs seuls efforts. Même si à ce jour le besoin d'accomplissement est un attribut certain des entrepreneurs, cela ne reste qu'un indicateur non discriminant au sein d'une population d'entrepreneurs et de non-entrepreneurs.
- L'internalité du lieu de contrôle (*'locus of control'*) : Il s'agit de la perception qu'a un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive. On parle de *'internal locus of control'* si l'individu a le sentiment que par son comportement il peut influencer ce qui lui arrive ; de (*'external locus of control'*) dans le cas contraire. Cette perception pousse l'individu à agir.

<sup>12</sup> 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, p02.

- La propension à prendre des risques (*'risk-taking propensity'*) : les risques peuvent être d'ordre financier, professionnel (quitter un emploi ...), familial, psychique.<sup>13</sup>

## 2.2. Approche fonctionnelle (Approche par les faits)

C'est une approche qui a pris forme dans les premiers écrits des théories économiques et s'est quelque peu atténuée depuis la fin de la décennie 1970. En analysant le rôle de l'entrepreneur dans la croissance économique des nations et des pays, ce développement se manifeste par la création d'entreprise impliquant la création d'emplois, donc de richesse.

Les premiers écrits remontent à Richard Cantillon. Vers (1726), qui fournit une première image de l'entrepreneur, il souligne notamment, dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risque. L'entrepreneur de Cantillon prend des risques, dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'un tiers de façon ferme, alors qu'il n'a pas de garantie certaine de ce qu'il peut en attendre<sup>14</sup>.

Le deuxième auteur importantes J.B. Say (1803) qui évoque les fonctions et les activités de l'entrepreneur, en mettant l'accent sur « ce qu'il doit être », à savoir notamment : Prévoir, organiser, commander et contrôler. Il en donne la description suivante :

*« L'entrepreneust l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Iladministre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports, il profite de ceque les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de laproduction »<sup>15</sup>.*

Schumpeter place l'entrepreneur dans une problématique de dynamique économique où la règle est le changement (Laurent, 1989)<sup>16</sup>. L'entrepreneur de Schumpeter est "celui quiintroduit et conduit l'innovation" (Bruyat, 1993)<sup>17</sup>, celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

J.B Say (1803) avec Cantillon et Schumpeter elles sont défini l'entrepreneur comme l'intermédiaires entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie sont objectif est d'accroitre la production et de maximiser son profit,

<sup>13</sup>HERNANDEZ EM, 1999, op cité, p 31.

<sup>14</sup>FAYOLLE, A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris, P129.

<sup>15</sup>Say (1972), cité par Tounès A, 2003, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, p 06.

<sup>16</sup>Laurent P, 1989, « L'entrepreneur dans la pensée économique », Revue Internationale PME, Vol.2, n° 1, p.57

<sup>17</sup>BRUYAT C, 1993, « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Grenoble, p12.

L'entrepreneur c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui « *entreprind de créer pour son compte, à son profit et ses risque, un produit quelconque* »<sup>18</sup>

Il définit l'ensemble des qualités forme le métier de l'entrepreneur :

1. L'entrepreneur est agent principale de la, production ;
2. L'entrepreneur et doit être dote d'une capacité de jugement, c'est –à-dire que il doit juger ses besoin des moyens de les satisfaire.

### 2.3. Approche processuelle

A la fin de la décennie 1980, à une remise en question des approche à la fois fonctionnelle et descriptive, délaissant ainsi de la place pour un nouveau courant de recherche qui prône une nouvelle approche dit « *processuelle* ».cette nouvelle approche se focalise sue le processus d'émergence et consiste à analyser les variables personnelles et environnementales qui mènent à l'acte entrepreneurial dans une perspective temporelle.

Hernandez (2001)<sup>19</sup> s'inscrit aussi dans cette approche processus en citant différentes étapes qui peuvent rappeler le cycle de vie d'un produit ou d'un marché : conception, gestation, naissance, croissance, déclin et mort.

Deux auteurs, William D .By grave et Charles W.Hofer, (1991) ont parfaitement traduit ce changement de centre d'intérêt en entrepreneuriat, ce passage du fondamentalisme au processus.

Le tableau suivant présente la différence entre une approche centrée sur l'entrepreneur et une approche processuelle :

<sup>18</sup>Tounès A, 2001 « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèle »edsanbil Med, paris.

<sup>19</sup>HERNANDEZ EM, 1999, op cit, p29.

**Tableau n°1** : Les questions formalisant deux approches en entrepreneuriat (Bygrave et Hofer, 1991)

<b>Centrée sur l'entrepreneur</b>	<b>Centrées sur le processus Entrepreneurial</b>
1 .Qui devient entrepreneur ? 2. Pourquoi devient-on entrepreneur ? 3. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ? 4. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs 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, l'harmattan 1999, p29.

L'approche processuelle offre au domaine de recherche des modèles théoriques féconds et une rigueur méthodologique conduisant à un développement de réflexions et travaux empirique de plus en plus pertinents. Les modèles élaborés dans cette approche fournissent des bases pour l'analyse du travail entrepreneurial et de l'entrepreneur en tant qu'individu. Ils mettent en évidence le processus de choix entrepreneurial, les facteurs ainsi que les conditions de succès entrepreneurial (Battistelli, 2001)<sup>20</sup>.

<sup>20</sup>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, p42.

**Conclusion**

L'entrepreneuriat est un champ de recherche faisant souvent appel à d'autres disciplines telle que l'économie, le management, la sociologie, ou encore la psychologie sociale.

Atour des différentes approches, nous raconte que l'approche par le traits explique le phénomène de la création d'entreprise se sont centrés principalement sur l'individu, cette approche suppose la possession d'un individu d'un ensemble de traits de personnalité et autres caractéristiques psychologiques le prédispose au métier d'entrepreneur.

L'approche par le fait fondée principalement sur le rôle de l'entrepreneur dans le développement économique. Enfin l'approche processuelle qui répond aux comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité.

Nous avons vu que l'entrepreneuriat est le phénomène associé à l'activité entrepreneuriale, action humaine, consistant à entreprendre pour gérer de la valeur en créant ou en développant des activités économiques grâce à l'identification et l'exploitation de nouveaux produits, processus au marché.

## Introduction

De nombreux travaux réalisés dans le champ de la création d'entreprise ont cherché à expliquer l'apparition de ce phénomène. Ainsi est apparu le concept d'intention, comme un moment fort et une étape déterminante, qui précède le passage à l'acte d'entreprendre. L'importance de l'étude de l'intention entrepreneuriale est telle qu'elle constitue un préalable à la compréhension appropriée du processus entrepreneurial, même si le phénomène n'aboutit pas dans le temps, car l'intention entrepreneuriale est liée à l'environnement, le comportement, la formation et la volonté de l'individu.

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

### Section01 : L'intention entrepreneuriale : Définition et utilité

Il y a beaucoup d'approches qui expliquent le phénomène entrepreneurial comme un Phénomène planifié et structuré. Les individus agissent dans un environnement et un contexte donné, où se construisent une vision et une intention entrepreneuriale.

#### 1.1 .Définition de l'intention

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

Bird & Jelinek (1988) et Bird (1988; 1992) définissent l'intention comme un état d'esprit dirigeant l'attention d'une personne (et donc l'expérience et l'action) vers un objet spécifique (but) ou une voie afin de le réaliser (moyen). Les auteurs l'assimilent à une véritable liberté et volonté individuelle. La création d'une entreprise ne s'improvise pas, c'est un choix mûrement réfléchi. L'intention représente le désir, le souhait, la détermination ou la volonté à émettre un comportement.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> WANG Y, 2010 « l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse de doctorat par l'école centrale de Lille, p75.

Fashbein et Ajzen(1975) définissent l'intention comme une composante conative intermédiaire entre l'attitude et le comportement<sup>2</sup>.

L'intention est considérée comme le meilleur prédicateur du comportement car celui-ci est considéré comme un acte réfléchi et planifié. Pour Ajzen et Fashbein (1980), la plupart des comportements sont sous contrôle volontaire. Bird (1988) définit l'intention comme un état d'esprit qui dirige l'attention d'une personne vers un objectif spécifique afin de parvenir à quelque chose. Ajzen (1991), de son côté, présente par ailleurs l'intention comme le meilleur prédicateur des comportements volontaires. Se situant au tout début du processus comportemental, l'intention prend une place centrale et suscite l'intérêt de plusieurs chercheurs de différentes disciplines et spécialités.

L'intention correspond à la disponibilité d'une personne à adopter un certain comportement. L'intention suppose de prendre en compte les différents facteurs motivationnels qui influencent le comportement, c'est un indicateur de la disposition d'un individu à essayer de réaliser un acte (Kolvereid, 1996)<sup>3</sup>.

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.

## **1.2. La 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. L'intention a été identifiée comme une étape déterminante dans le processus entrepreneurial.

---

<sup>2</sup>WANG Y, 2010, op.cite, p1.

<sup>3</sup>FAYOLLE A et, DEGERGEJM ., 2012, op.cite ,P214 .

### 1.2.1. Les modèles processuels d'entrepreneuriat

Les processus dans le champ de l'entrepreneuriat sont des processus complexes. Selon Bruyat (1993)<sup>4</sup> :

« *Un processus de décisions et d'action stratégiques est un processus continu dans lequel il est possible de repérer des temps fort, des changements dans le rythme d'activité ou de l'effort fourni intermédiaires particulièrement importantes ou irréversible ....* ». Et a proposé un modèle processuel de la création d'entreprise, Le Processus consiste en six étapes :

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

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

- **La propension entrepreneuriale :** « Larousse » définit la propension comme un« *Penchant, inclination à faire quelque chose* »<sup>5</sup>. Selon FAYOLLE (2000, p.450), la propension entrepreneuriale est « *une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale* »<sup>6</sup>.

<sup>4</sup>BRUYAT C, (1993), cité par BENATA Mohammed ,2014/2015, op.cite, p42.

<sup>5</sup>ZGHAL R, 2007, « L'entrepreneuriat : Théories, acteurs, pratiques ». Ed .Sanabil Med SA, P 74.

<sup>6</sup> Idem

- **L'intention entrepreneuriale** : La propension peut se transformer en intention entrepreneuriale qui peut se manifester par deux aspects majeurs : l'existence d'un projet d'affaire, plus ou moins formalisé, et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise. Cet engagement prend des formes temporelles, logistiques et /ou financières, et se matérialise par la recherche des informations pour structurer le projet.
- **La décision entrepreneuriale** : se distingue par deux dimensions essentielles. Premièrement, la formalisation du projet est achevée dans ses dimensions stratégiques, mercatiques et financières est transformées en opportunité validée par les études financières et marketing du plan d'affaire. Deuxièmement les ressources humaines, financières et logistiques sont globalement mobilisées.
- **L'acte d'entreprendre** : correspond au démarrage physique de l'activité. Ce dernier se manifeste par la réalisation des premiers produits ou service. Certains auteurs considèrent que cet acte correspond à l'existence juridique de l'entreprise. Azzedine Tounés, (2007) réfute cette acception. Pour lui, l'entreprise peut rester longtemps en sommeil ou elle peut ne jamais honorer ses commandes. L'auteur a présenté un outil pour faciliter le positionnement des chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat. Cet outil permet de lier les stades du processus de création (la dimension processuelle) avec leurs composantes cognitives (les perceptions), conative (les actions sont orientées vers le comportement souhaité) et physique.

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

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

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

### 1.2.2.1. Le processus de décision

Le processus de décision est un processus mental, tourné vers l'action. La décision est donc la condition du changement de comportement. L'intention occupe une place centrale dans ce processus constitué de trois étapes. La décision est un concept de base des sciences sociales qui s'est imposé peu à peu dans plusieurs champs théoriques. La décision est un événement et un processus. Brockhaus (1978) divise les facteurs associés à la décision de devenir entrepreneur en trois catégories : les caractéristiques psychologiques (besoin d'accomplissement, locus of control, propension à la prise de risque, les valeurs personnels), les effets de l'expérience vécue (insatisfaction au travail, rôle du modèle, personne « déplacées », les caractéristiques personnels (âge, éducation, résidence).

Nous divisons le processus de décision en trois 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 provoque 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).<sup>7</sup>
- 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

<sup>7</sup>BRUYAT.CH, 1993, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation», Thèse de doctorat en sciences de gestion, France, P 314.

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 et les situations positives ; 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, Matériels, Market, Management).

Donc la décision de créer une entreprise survient au moment de transformer l'intention entrepreneuriale en acte de création.

### **2.2.2. Le processus de création**

Le processus de création est la transformation de l'intention en action. Il correspond à la démarche qui conduit l'individu à créer effectivement une nouvelle entreprise ; c'est quand l'individu passe de la phase d'intention, à une phase où il consacre son temps, s'investit financièrement et intellectuellement dans le projet de la création ; il s'agit de la période de transition. Cet engagement aboutit à une irréversibilité : son arrêt est considéré comme un échec, sa continuité une escalade de l'engagement. La création effective entame le démarrage de l'entreprise qui correspond à l'autonomisation de la nouvelle entité créée.

Dans cette phase de création ou l'acte entrepreneurial reflète le démarrage effectif de l'activité à sein de l'entreprise. Cette dernière se manifeste à travers la mise sur le marché des premiers produits ou services destinés aux consommateurs. Le principal objectif de l'entrepreneur en aval de ce processus entrepreneurial est, désormais, de veiller à la pérennisation de son

entreprise et dépasser la phase critique du lancement, faute de quoi l'entreprise risque d'échouer.<sup>8</sup>

## **Section02 : les principaux cadres théoriques modélisant l'intention**

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

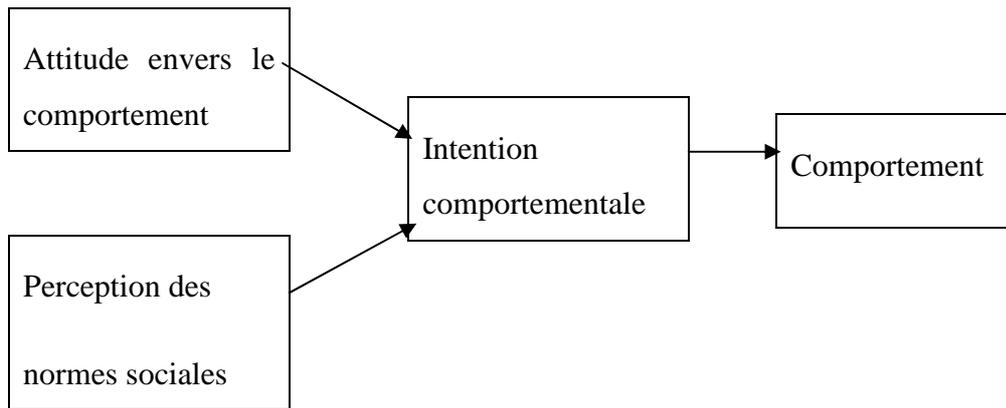
### **2.1. Théorie de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein.1975)**

La théorie de l'action raisonnée développée par Fishbein et Ajzen(1975) est une théorie qui trouve ses origines dans le domaine de la psychologie sociale. Selon cette théorie, le comportement d'un individu est fortement dépendant de son intention à l'adopter.

Ce modèle, a pour principal objectif de prédire et de comprendre les comportements sociaux volontaires. Cette théorie explique l'intention de comportement par deux déterminants principaux : l'attitude de l'individu à l'égard du comportement à adopter et la norme subjective, définissent l'attitude comme la disposition d'un individu à interagir de façon plus au moins positive ou négative à un objet, une personne ou un événement. Dans cette invention, l'attitude vis-à-vis du comportement est donc déterminée par les croyances comportement, qui représentent pour la personne les conséquences de l'action. La croyance est définie comme la crédibilité subjective de l'individu que l'objet ait un certain avantage.

---

<sup>8</sup> LENA Ibrahim, 2011, « l'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban », thèse de doctorat de gestion de l'université de NANCY2 Institut d'administration des entreprise, p70 à 78.

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

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

## 2.2. Théorie de comportement planifié (Ajzen, 1991)

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

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

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

### ●L'attitude vis-à-vis du comportement (facteurs psychologiques)

Les attitudes associées au comportement impliquent l'évaluation favorable ou défavorable que fait l'individu du comportement souhaité ou envisagé, elles dépendent des résultats probables de ce dernier et se manifestent par des actions pour le concrétiser.<sup>9</sup>

<sup>9</sup>Tounés A, 2006 « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », P59.

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

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

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

Les croyances normatives sont le résultat des différentes pressions sociales exercées par le groupe de référence de l'individu (parents, famille, amis, collègues, ...). La motivation à se soumettre, quant à elle, fait référence à la volonté et l'envie de l'individu à se soumettre ou non à la pression exercée par son groupe de référence.<sup>10</sup>

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

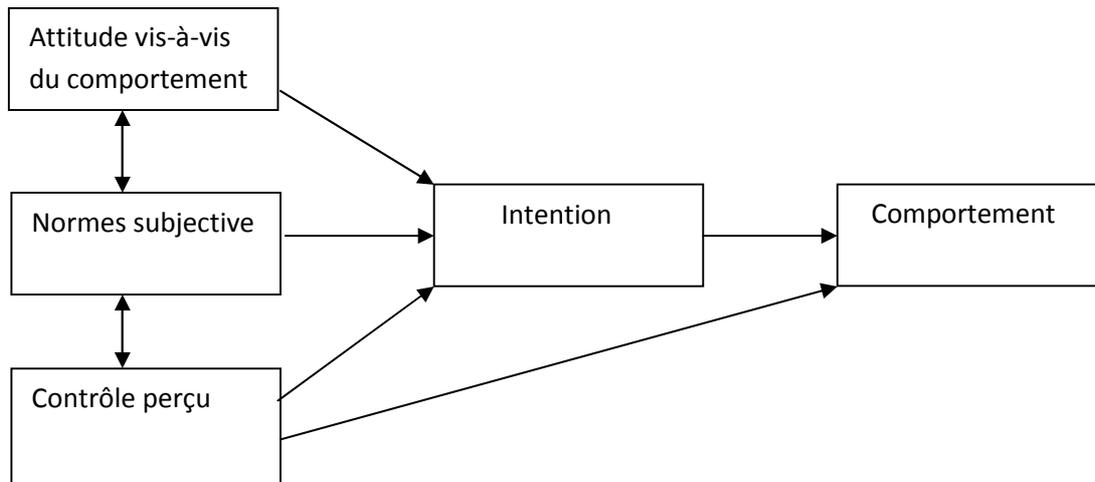
Correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Il représente le degré de connaissance et de contrôle que tout individu possède de ses aptitudes en plus des ressources nécessaires pour déclencher le comportement désiré, les perceptions du contrôle comportemental se rapprochent du concept de faisabilité de shapero et sokol (1982).<sup>11</sup>

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

---

<sup>10</sup>KOUBAA S, 2016 « les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », P10.

<sup>11</sup> ZINEELABIDINE M, HASSAINATE S, HAMMOUCHI M ,2018« L'intention entrepreneuriale: revue de littérature et thématiques d'analyses », International journal of Business et Economic strategy, vol .9, P5

**Figure n°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. Le Modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)

Shapero 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 Shapero et Sokol par trois groupes de facteur, 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.<sup>12</sup>

Entre ces trois facteurs et l'acte entrepreneurial Shapero et Sokol évoquent deux perceptions représentées par la désirabilité et la faisabilité.

#### ●La perception de la désirabilité

Désigne les facteurs sociaux et culturels qui influencent le système de l'intention, notamment celle de la famille ou des parents. Les expériences antérieures, les échecs dans des

<sup>12</sup>Jaouadi M, 2016, « L'impact du comportement entrepreneurial sur l'intention de créer une entreprise », International journal Economics & Strategic Management of Business Process, 2<sup>nd</sup> Conférence on Business, Economics, Marketing & Management Research, Vol.5, P3.

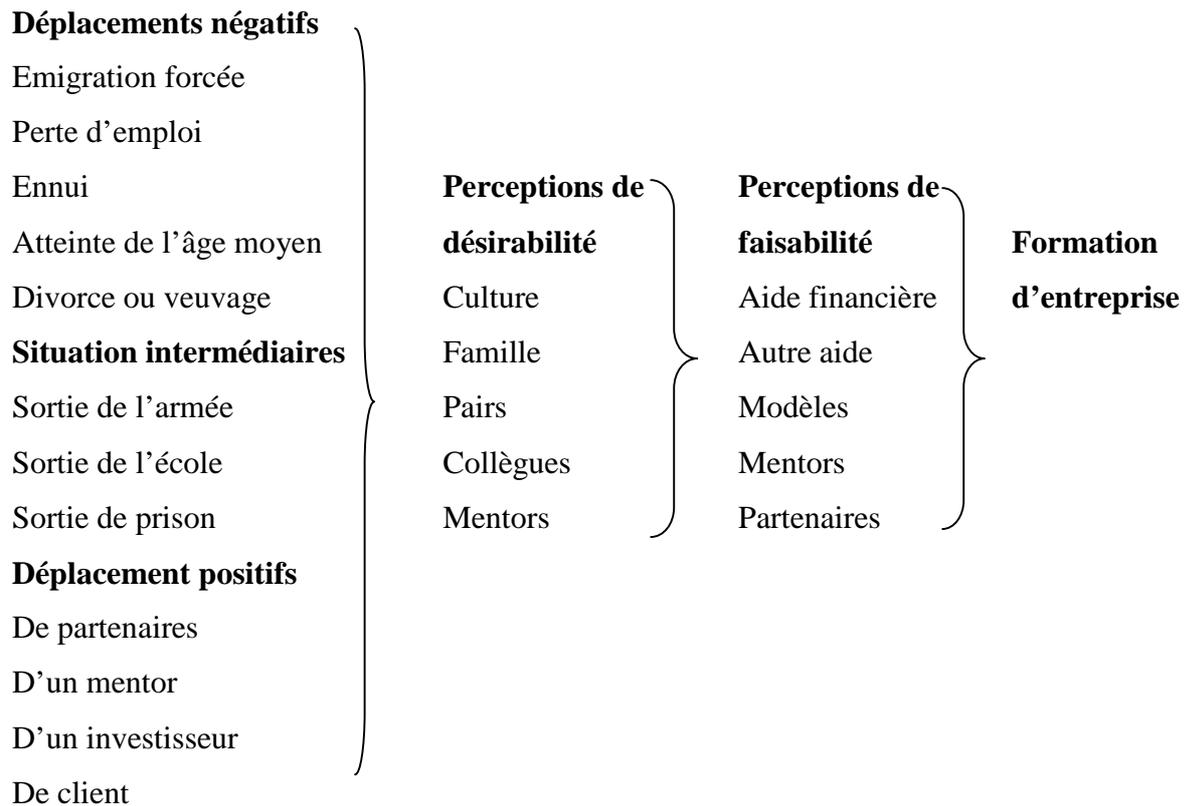
aventures entrepreneuriales sont des facteurs qui renforcent les perceptions des désirabilités. Cette variable inclut l'attitude à l'égard de l'action et la norme sociale du modèle d'Ajzen (1991).

**•La perception de la faisabilité**

Est le résultat de la perception de la présence du soutien et de la disponibilité des ressources financières, techniques et humaines nécessaires à la réussite du projet de création d'entreprise. Cette variable inclut le contrôle comportement perçu du modèle d'Ajzen (1991).

A travers ce modèle implicitement fondé sur l'intention et afin de favoriser cette dernière, il faut agir simultanément sur les perceptions de désirabilité et de faisabilité.

**Figure n°4 :** Modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982).



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

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

Krueger et Carsrud (1993)<sup>13</sup> sont, les premiers, 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 a mieux comprendre des phénomènes rares. L'intention devient une variable intéressante a étudier, les trois antécédents de l'intention deviennent, dans ce modèle :

- ✓ Attrait perçue des comportements entrepreneuriaux

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

- ✓ 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 (souhait des amis, de la famille..).Dont ces perceptions sont influencées par des croyances normatives.

- ✓ auto-efficacité perçue /contrôle des comportements entrepreneuriaux

Cet antécédent est tout important dans ce modèle qui est relatifs a la faisabilité du comportement .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.

- ✓ Intention

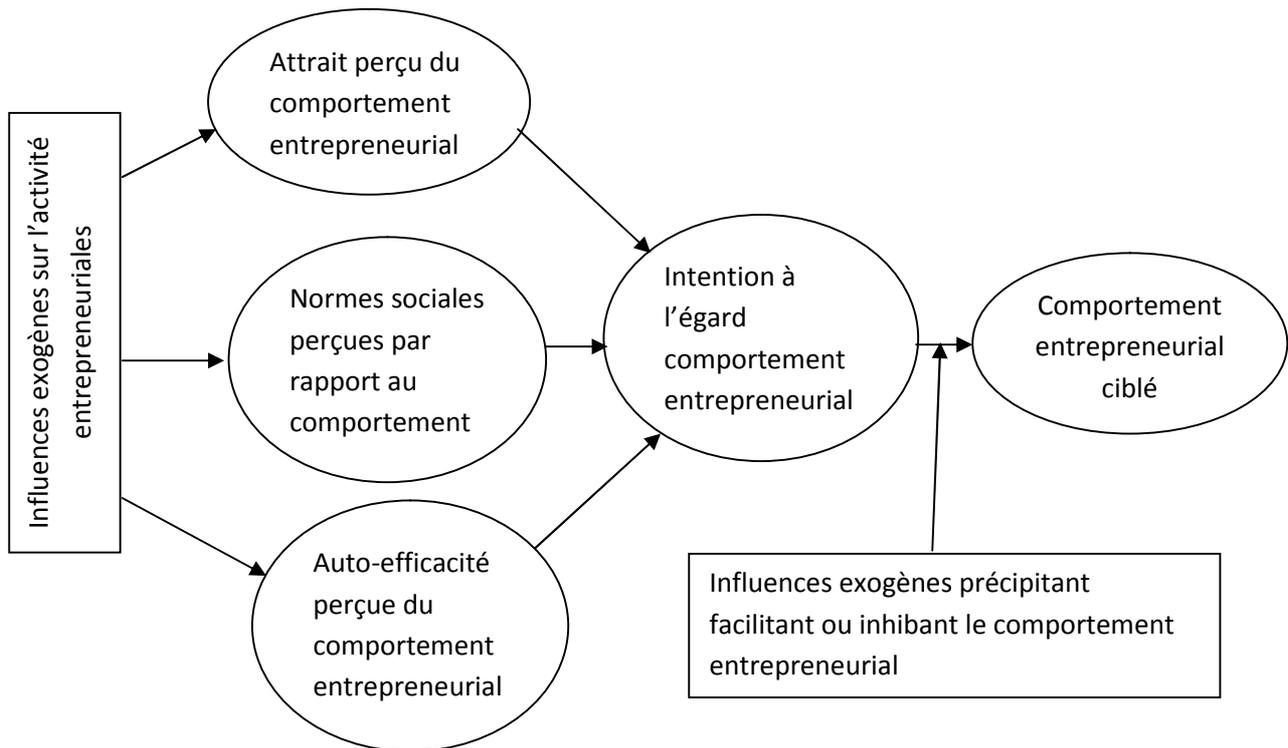
Pour Brand(1984), l'intention représente le désir d'agir que la croyance que l'on va agir par exemple Brockhaus (1987) a montré qu'il faut décider de créer une entreprise avant de savoir qu'el type de l'entreprise.

- ✓ hypothèse d'influence exogène précipitant facilitant ou inhibant

Ce modèle reste ouvert a l'influence de variable exogènes pour expliqué 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.

---

<sup>13</sup>A. Fayolle, Jean-Michel DEGEORGE « dynamique entrepreneuriale », de boeck, Paris 2012, P116-117-118.

**Figure n°5:**Le Modèle de Krueger et Carsrud(1993)

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

### Conclusion

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

Cette importance de l'intention dans les comportements planifiés, à l'image de la création d'entreprise, cette donnée a un lien à plusieurs modélisations théoriques. C'est aussi que nous avons présenté la TRT, la TCP, la théorie de l'événement entrepreneurial, aussi que le modèle de Krueger et Carsrud (1993), dans la perspective d'expliquer le passage à l'acte, Shapero et Sokol (1982) mettent au centre de leur modèle les notions de désirabilité et de faisabilité, lesquelles se combinent avec un facteur de déplacement, qui joue un rôle de déclencheur. A la suite de ces travaux précurseurs est apparu le concept d'intention, autour duquel a été construit un éventail assez large de modèles théoriques. L'utilisation d'intention part du présupposé que la création d'une entreprise correspond à un comportement planifié

(Ajzen, 1991), appliquée au domaine de la création d'entreprise, a permis, depuis le début des années 1990, de renouveler les approches et les modèles basés sur l'intention.

## Introduction

Dès l'année 80, tous les gouvernements algériens ont compris que le secteur public seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissant du pays, par conséquent le recours au secteur privé est une nécessité absolue. C'est dans ce contexte de transition, d'une économie dirigée vers une économie de marché, que la PME s'est imposée, par sa diversité, sa flexibilité et sa capacité à créer des emplois, comme une entité susceptible de compenser le déficit de la grande entreprise nationale. La création de la PME occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien notamment à travers des réformes économiques libérales, ce qui explique le développement économique de l'investissement et le phénomène démographique important de la PME privée.

Dans ce troisième chapitre nous allons étudier la place des PME dans l'économie algérienne et précisément dans la wilaya de Bejaia.

Ce chapitre est composé de deux sections, la première section est consacré à des généralités des PME, et la deuxième section servira à évoluer la place de l'information et entrepreneuriat dans la Wilaya de Bejaia.

## Section 1 : Généralité sur les PME

Pour bien comprendre le concept de PME, nous essaierons dans cette section de développer le contenu de la « PME » dans son sens général, ainsi que la définition, et les caractéristiques de cette dernière.

### 1.1. La définition de la PME

En s'appuyant sur l'effectif (taille)

- La confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME) définit la PME comme « *l'entreprise dans laquelle le chef d'entreprise assure personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales quelle que soit sa forme juridique* ». <sup>33</sup>
- Pour BRESSY G. C KONKUY(2000), « *Les PME sont les entreprises dont l'effectif salarié est inférieur à 50, Elles englobent les très petites entreprises (moins de 10 salariés). Les petites entreprises (10 à 49 salariés) et les moyennes entreprises (50 à 250)* ». <sup>34</sup>

<sup>33</sup> Confédération générale des petites et moyennes entreprises et du patronal réel. C'est le principale syndicat des PME créée en octobre 1944.

<sup>34</sup>BRESSY G, KONKUYT C, 2000 « économie d'entreprise », Dalloz, paris. P78.

- JULIEN et M.MARCHESNAY(1990): « *La petite entreprise est avant tout une entreprise juridiquement, sinon financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou services, et dont les fonctions des responsabilité incombent le plus souvent à une seule personne, sinon à deux ou trois, en général seuls propriétaire du capitale* »<sup>35</sup>

## 1.2. Définition des PME en Algérie

En Algérie la définition des PME est celle adoptée par l'union européenne (l'UE). Elle est reprise par la loi n° 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME et qui définit la PME algérienne comme une entreprise de production de biens et de services, employant entre 1 à 250 personnes à plein temps pendant une année, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de DA ou dont le total bilan n'excède pas 500millions de DA, et qui respecte le critère d'indépendance. Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

- ✓ **La moyenne entreprise (ME)** : Toute entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 200 millions et 2 milliards de dinars, ou dont le total du bilan est entre 100 et 500 millions de dinars.
- ✓ **La petite entreprise (PE)** : Toute entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars, ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de dinars.
- ✓ **La très petite entreprise (TPE)** : Toute entreprise employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 20 millions de dinars, ou dont le total du bilan ne dépasse pas les 10 millions de dinars.

**Tableau n° 2** : Les critères de la définition de la PME en Algérie.

Catégorie d'entreprise	Nombre d'employés	Chiffre d'affaire annuel en DA	Total du bilan en DA
Moyenne entreprise	De 50 à 250	200 million à 2 milliards	100 à 500 millions
Petite entreprise	De 10 à 49	20 million à 200 millions	Inférieur de 100 millions
Très petite entreprise	De 01 à 09	Inférieur à 200 millions	Inférieur de 10 millions

**Source** : La loi n°01-18 du 12 décembre 2001 sur l'orientation et la promotion de la PME.

<sup>35</sup> MARACHESNAY M, 1998 « la petite entreprise », Vuibert gestion, paris, p56.

### 1.3. Aperçu statistique des PME en Algérie

La création des entreprises en Algérie est amorcée à la fin des années 80, elle a entraîné un développement important. Ce développement concerne le nombre de nouvelle entreprise que leur contribution dans les différents secteurs d'activité.

A la fin du premier semestre 2018, le nombre global des PME s'élève à 1 093170 PME. La population des PME se constitue en 3 principales composantes<sup>36</sup> :

#### A. Les PME privées

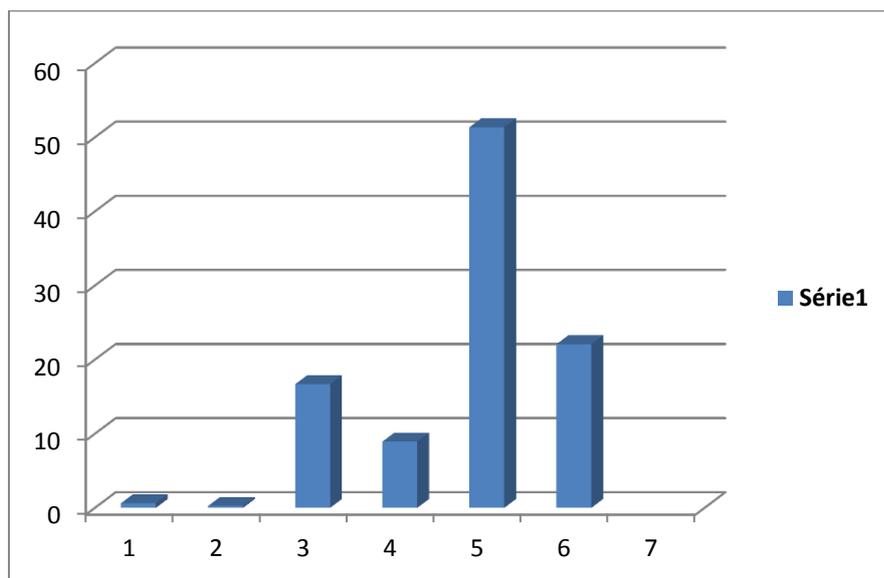
Le nombre total des PME privées à la fin du semestre 2018 est de 1 092908. Elles sont concentrées au niveau du secteur des services (le transport en particulier), l'artisanat et le BTPH.

**Tableau n°3** : La répartition des PME privées selon le secteur d'activité.

	Secteur d'activités	Nombre	Part en %
<b>1</b>	Agriculture	6877	0,629
<b>2</b>	Hydrocarbures, énergies, mines et services liés	2936	0,269
<b>3</b>	BTPH	182477	16,696
<b>4</b>	Industries manufacturières	97728	8,942
<b>5</b>	Services y compris les professions libérales	338201	51,367
<b>6</b>	Artisanat	241494	22,096
<b>Total général</b>		1 092908	100

**Source** : Le Bulletin d'information statistique n°33, premier semestre 2018.

<sup>36</sup> Ministère de l'industrie et des mines, 2018, « Bulletin d'information statistique de la PME », n°33, édition novembre, p10-11.

**Figure n°6** : la répartition des PME privées par secteur d'activité

**Source** : réalisé par nous sois à partir du tableau ci-dessus.

On observe l'émergence du secteur services y compris les professions libérales avec 51,367% des PME, suivie du secteur artisanat avec 22,096% et BTPH avec 16,696%, ensuite le secteur d'industrie avec 8,942%, le secteur de l'agriculture est classé avant dernier avec 0,629%, et enfin le secteur hydrocarbures, énergies, mines et services liées avec seulement 0,269%.

### **B. Les PME publiques**

Les PME publiques représentent une faible partie dans la population globale des PME. Leur nombre est de 262 PME durant le premier semestre 2018 contre 264 durant le premier semestre 2017. Leur effectif passe de 23679 en 2016 à 22073 salariés au premier semestre 2018.

Les PME publiques représentent une faible partie dans la population globale des PME. Leur nombre est de 262 PME durant le premier semestre 2018 contre 264 durant le premier semestre 2017. Leur effectif passe de 23679 en 2016 à 22073 salariés au premier semestre 2018.

### **1.4. Analyse des PME en niveau national**

Les statistiques des nombre des PME privée en Algérie dans la période (2008-2018).

### 1.4.1. Evolution de la population globale des PME

Les données de tableau ci-dessus nous expliquons qu'il ya une progression de la création des PME privées durant 2008 à 2018 par taux moyen de 1,10% de population globale.

**Tableau n°4** : Evolution de la population globale des PME Privées (S12008 jusqu'à S12018)

<b>Année</b>	<b>PME Privées</b>
2008	518 900
2009	586 903
2010	618 515
2011	658 737
2012	686 825
2013	747 387
2014	820 194
2015	896 279
2016	1 013 637
2017	1 060 025
2018	1 092 908
<b>Total</b>	<b>8 700 310</b>

**Source** : Le Bulletin d'information statistique de la PME n°18, 20,21, 23, 24, 27, 30, 31,33 (2008-2018).

### 1.5. Analyse des PME en niveau de la wilaya de Bejaia

Après avoir présenté les données au niveau notionnel, on présentera dans ce qui suit les données relatives de la wilaya de Bejaia.

#### 1.5.1. La population des PME privées au niveau de la wilaya de Bejaia

Le tableau représente l'évolution de la PME privée dans la wilaya de Bejaia durant 2014 jusqu'à 2018.

**Tableau n°5:** la population des PME privées durant 2014 jusqu'à 2018.

Les années	PME privées	
	Nombre des PME	nombre d'emploi
2014	18929	53151
2015	21026	56 849
2016	23472	61129
2017	25 036	63 484
2018	27203	67 890

**Source :** Réalisé par nous même à partir des données de la direction des PME de Bejaia.

Nous remarquons que le nombre de PME augmente d'une année à une autre, 2014 à 2015 avec un moyen de 2097 entreprise, 2016 à 2017 avec un moyen de 1564 entreprise, 2017 à 2018 avec un moyen de 2167 entreprise ,cela est due à la création de nouvelles unités de production ,et de la contribution des organismes locaux pilotant les différentes dispositifs de soutien à l'emplois comme L'ANSEJ, ANGEM. Ce qui implique une augmentation de l'emploi.

En 2014, le nombre d'emplois de 53 151 emplois et était 18929 entreprises et 53151 postes de travail. Ces chiffres ont augmenté d'une année à une autre pour atteindre 27203 entreprises et 67890 postes à la fin de l'année 2018.

## 1.6. Caractéristique de PME de la wilaya de Bejaia

La repartions des PME de Bejaia par taille et par secteur d'activité.

### 1.6.1. La répartition des PME par la taille

Le tableau n°8représente la répartition des PME par taille dans la wilaya de Bejaia en 2018.

**Tableau n°6 :** la répartition des PME par la taille.

La taille	Nombre des PME en 2018	Pourcentages
TPE de 1 à 9 salariés	26 128	95.90
PE de 10 à 49 salariées	925	3.39
ME de 50 à 250 salariés	191	0.70

**Source :** Bulletin d'information statistique n°33 ,2018.

On observe que l'examen de la structure de la population des PME selon le nombre de salariés déclarés, démontre que la prépondérance de la très petite entreprise (TPE) employant moins de 10 salariés avec 26128 PME avec un pourcentage 95.90%, suivi par les petites entreprises (PE) avec 925 PME avec un pourcentage 3.39% suivi par les petites et moyennes entreprises avec 191 PME avec un pourcentage 0.70%.

### 1.6.2. La répartition des PME selon le secteur d'activité

Le tableau n°9 représente la répartition des PME sans la wilaya de Bejaia selon le secteur d'activité pour l'année 2018.

**Tableau n°7:** la répartition des PME par le secteur d'activité en 2018.

N°	Secteurs d'activités	Nombre de PME	%
01	Bâtiments et travaux publics	6360	23,34
02	Commerces	5656	20,76
03	Transport et communication	4565	16,76
04	Services fournis aux entreprises	2394	8,79
05	Service fournis aux ménages	2360	8,66
06	Industrie du bois, liège, papier, imprimerie	1234	4,53
07	Hôtellerie et restauration	1158	4,25
08	Industries agroalimentaires	941	3,45
09	Autre	2576	9,46

**Source :** la direction l'industrie et Mine de Bejaia.

Nous remarquons l'augmentation des créations d'entreprises plus particulièrement le fait de l'évolution de 3 secteurs d'activités : le secteur bâtiments et travaux publics est largement en tête, il représente près un tiers des entreprises créer en 2018 avec 6360 PME, soit un taux 23.34%. Suivi par le secteur de commerce avec 5656 PME avec un taux de 20.76% et le secteur de transport et communication avec un taux 16.76% et 4565 PME.

## Section 2 : Formation et entrepreneuriat

L'information économique et sociale au contrôle des pouvoirs publics n'est pas nouvelle. De tous temps ce contrôle a constitué un enjeu d'état. L'entrepreneuriat définit comme la création et développement d'entreprise, qui est un moyen de création d'emplois et de lutte contre le chômage.

**Tableau n°8** : Taux d'activité économique et Taux d'emploi selon le sexe, le niveau d'information et le diplôme

	Taux d'activité économique			Taux d'emploi		
	Masculin	Féminin	total	Masculin	Féminin	total
Niveau d'instruction						
Sans instruction	39	5	16,3	37,7	4,8	15,8
Primaire	69,1	8,9	40,9	64	8,1	37,8
Moyen	76,3	11,7	51,7	68,1	9,4	45,7
Secondaire	64,4	17,9	41,9	59,1	14,3	35,5
Supérieur	64,6	42,6	51,8	58,1	32,7	43,3
Diplôme obtenu						
Aucun diplôme	61,2	7,1	33,7	56,1	6,1	30,7
Diplôme de la formation professionnelle	83	37,2	66,1	73,9	29,9	57,7
Diplôme de l'enseignement supérieur	81,4	62,1	70,1	73,2	47,7	58,4
<b>Totale</b>	<b>66,7</b>	<b>16,6</b>	<b>41,9</b>	<b>60,7</b>	<b>13,4</b>	<b>37,2</b>

**Source** : ONS, activité, emploi, chômage en avril 2018.

Le taux d'emploi (ou ratio emploi population), définit comme étant le rapport de la population occupée à la population âgée de 15ans et plus est de 37,2% au niveau national. Décliné par sexe, il atteint 60,7% auprès des hommes et 13,4% chez les femmes.

**Tableau n°9** : Taux de chômage selon le niveau d’instruction, le diplôme obtenu et le sexe  
(En %)

	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	effectif	%	effectif	%
<b>Niveau d’instruction</b>						
Sans instruction	22	2,4	6	1,3	28	2
Primaire	121	13,5	18	3,7	139	10,1
Moyen	450	50	77	16,1	527	38,3
Secondaire	187	20,8	118	24,7	305	22,1
Supérieur	119	13,3	259	54,2	378	27,5
<b>Diplôme obtenu</b>						
Aucun diplôme	561	62,3	119	25	680	49,4
Diplômé de la formation professionnelle	240	26,7	114	23,9	354	25,7
Diplômé de l’enseignement supérieur	99	11	244	51,1	344	24,9
<b>Total</b>	<b>900</b>	<b>100</b>	<b>478</b>	<b>100</b>	<b>1 378</b>	<b>100</b>

**Source** : ONS, activité, emploi, chômage en avril 2018.

Le recul du taux de chômage a touché d’une manière différenciée la population selon le diplôme obtenu. On enregistre une baisse de deux dixièmes de points (0,2) auprès des personnes sans qualification, alors que le recul est plus prononcé auprès des diplômés de la formation professionnelle et ceux de l’enseignement supérieur, avec une baisse de 1,4 point au cours de la même période.

Par ailleurs, la répartition des chômeurs selon le diplôme obtenu fait ressortir que 680 000 chômeurs n’ont aucun diplôme, soit près de la moitié de l’ensemble de la population en chômage (49,4%). Les diplômés de la formation professionnelle en constituent 25,7%, alors que les diplômés de l’enseignement supérieur en forment 24,9%.

### 2.1. Evolution de dispositifs d’aide à la création d’emplois de PME de Bejaia

Dans cette partie on va présenter les dispositifs d’aide à la création d’emplois (ANSEJ, ANGEM, CNAC).

## 2.2. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune « ANSEJ »

Créer en 1996, l'ANSEJ est une institution publique chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs âgés entre 19 et 35 ans, porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Le jeune promoteur bénéficie à titre gracieux, d'avantages fiscaux et d'aides financières<sup>37</sup>. L'ANSEJ est chargé de :

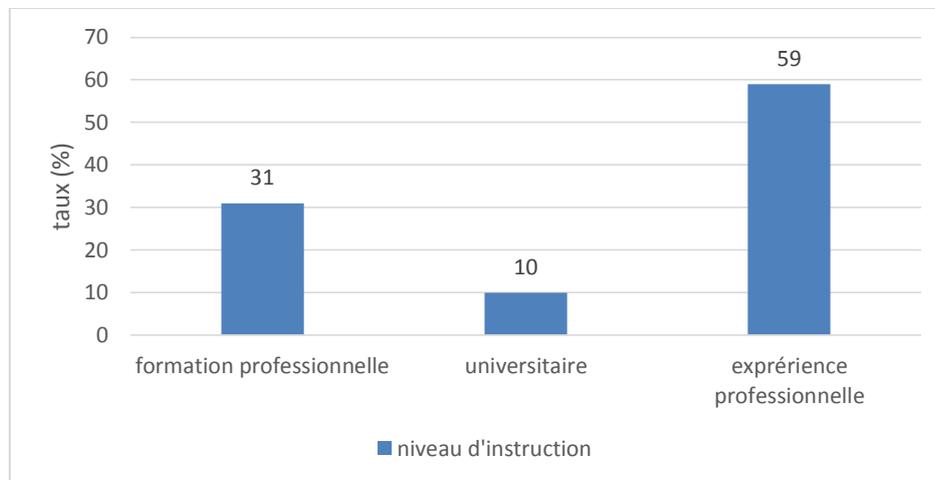
- Mettre à la disposition des jeunes porteurs de projet toutes les informations d'ordre économique, technique, législatif et réglementaire relative à l'exercice de leurs activités.
- Fournir les aides à l'investissement pour les jeunes porteurs de projet dans le cadre de montage financier et le suivi des prêts.
- Etablir des relations permanentes avec les banques et les institutions financières dans le cadre de la montage financière des projets.

**Tableau n°10 : Répartition des projets financés par ANSEJ par niveau d'information**

<b>Niveau d'instruction</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Année</b>											
<b>Formation professionnelle</b>	1777	395	837	770	856	730	324	75	58	<b>5822</b>	<b>31%</b>
<b>Universitaire</b>	547	121	272	209	215	170	167	89	143	<b>1933</b>	<b>10%</b>
<b>Expérience professionnelle</b>	5283	1280	2987	659	451	205	70	08	04	<b>10947</b>	<b>59%</b>
<b>Total projet financé</b>	<b>7607</b>	<b>1796</b>	<b>4076</b>	<b>1638</b>	<b>1522</b>	<b>1105</b>	<b>561</b>	<b>172</b>	<b>205</b>	<b>18702</b>	<b>100%</b>

Source : Donnée ANSEJ de Bejaia.

<sup>37</sup> Décret exécutif n°96-296 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ.

**Figure n°7 : Niveaux d’instruction par ANSEJ**

**Source :** Etabli par nos soins à partir des données de l’ANSEJ.

Dans le tableau ci-dessous ,on constate que la majorités des créatrice de projet détiennent des expériences professionnelle représenté par un taux de 59%,ensuite la formation professionnelle avec une part de 31% et cela est dû au fait que les diplômés des formations professionnelles (couture, coiffeuse ...) prépare mieux ces femmes à créer leur entreprises Concernant les universitaires, cela peut s’expliquer par les problèmes rencontré par les nouveaux diplômées dans le domaine de travail en leurs exigeant de l’expérience , ce qui les poussent à créer leur propres entreprises.

### 2.3. La Caisse Nationale d’Assurance Chômage « CNAC »

Créer en 1994, en tant qu’institution publique de sécurité sociale, (sous tutelle du ministère de l’emploi, du travail et de la sécurité sociale), la CNAC s’est consacrée en priorité à la mise services par les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans<sup>38</sup> .

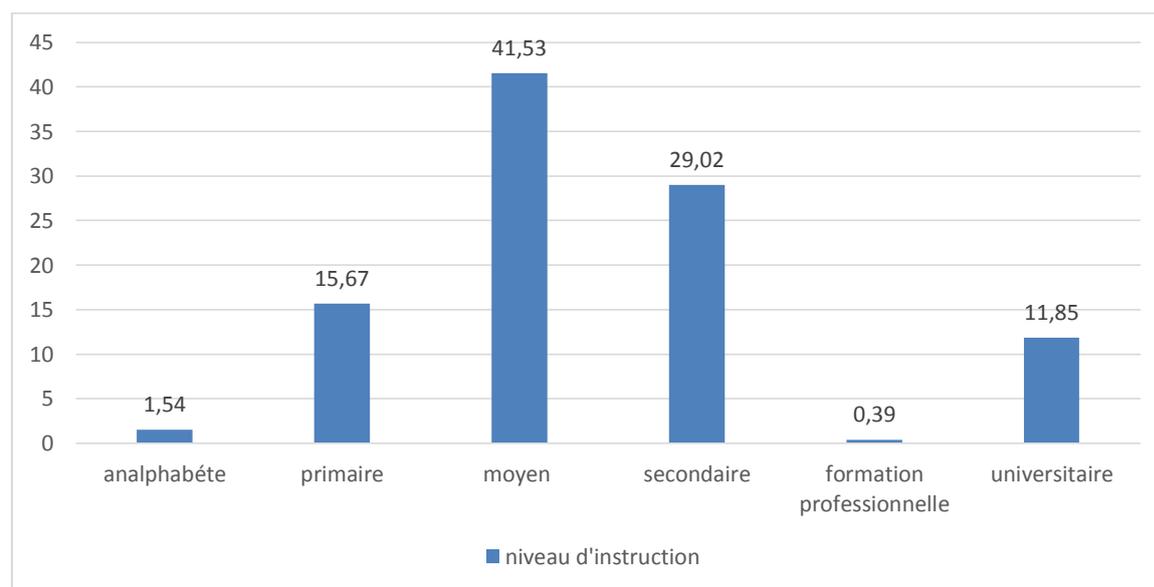
<sup>38</sup> Décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d’Assurance Chômage.

**Tableau n°11** : Répartition sectorielle et annuelle des projets financé par le CNAC par niveau d'instruction de 2010 à 2018 :

Niveau D'instruction	Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total	%
ANALPHABÈTE		5	6	20	8	3	5	0	0	0	47	<b>1,54</b>
PRIMAIRE		35	52	146	88	66	45	26	17	4	479	<b>15,67</b>
MOYEN		64	126	310	222	185	172	126	37	27	1269	<b>41,53</b>
SECONDAIRE		47	80	206	157	144	112	98	18	25	887	<b>29,02</b>
FORMATION PROFESSIONNELLE		3	0	2	1	0	0	6	0	0	12	<b>0,39</b>
UNIVERSITAIRE		5	19	58	60	59	53	52	29	27	362	<b>11,85</b>
<b>TOTAL</b>		<b>159</b>	<b>283</b>	<b>742</b>	<b>536</b>	<b>457</b>	<b>387</b>	<b>308</b>	<b>101</b>	<b>83</b>	<b>3056</b>	<b>100</b>

Source : Donnée CNAC de Bejaia.

**Figure n°8** : Niveau d'instruction des femmes bénéficiaire d'un crédit CNAC



Source : Etabli par nos soins à partir des de CNAC.

D'après le tableau N°28 et la figure ci- dessus nous remarquons que la majorités des femmes entrepreneures ont un niveau moyen avec un pourcentage 41,51 % ,puis en deuxième lieu celles qui ont un niveau secondaire avec une part de 29,02% et viennent ensuite les

femmes ayant un niveau primaire avec 15,67%, et dernièrement les femmes qui ont un niveau universitaire avec une part de 11,85%. Nous avons remarqué que les femmes illettrées et celles qui ont fait des formations professionnelles représentent un taux faible 1,54% et 0,39%, respectivement.

### **Synthèse :**

D'après les résultats obtenus, le dispositif ayant financé un grand nombre de projet est celui de l'ANSEJ soit 18702 entreprises, où on trouve que l'activité la plus visée par les femmes entrepreneures est celle des services. Concernant le niveau d'instruction, les femmes qui ont bénéficié d'un crédit ANSEJ ont une expérience professionnelle et une formation professionnelle. Suivie par un nombre de 12646 projets financés par le dispositif ANGEM dont l'industrie et l'activité artisanale sont présentés par des taux élevés.

Enfin, le dispositif CNAC avec 388 projets financés où le service, est le secteur le plus porteur. Le niveau d'information des bénéficiaires de ce dispositif ont généralement un niveau moyen, suivi par un niveau secondaire, primaire puis universitaire alors que les femmes analphabètes et celles avec des formations professionnelles sont présentées par un taux faible.

De ce fait, nous avons constaté que les activités visées par les femmes entrepreneures sont dans le secteur de service et l'artisanat et de l'industrie avec des taux élevés, et sont présentes dans d'autres secteurs tel que l'agriculture, le BTP et le secteur de transport mais avec un taux faible, et nous avons constaté que l'activité de pêche n'a été exercée par aucune femme. Il est à signaler que ces trois dispositifs ont financé plus de projets pour les hommes que les femmes entrepreneures.

### **Conclusion**

L'avènement de l'entrepreneuriat en Algérie, tel quel est perçu aujourd'hui remonte seulement à moins d'une vingtaine d'années. En effet, durant la période de l'économie socialiste qui a duré jusqu'au début des années 1990, l'initiative privée était presque absente au profit de l'Etat qui avait le monopole sur l'activité économique.

Le passage à l'économie du marché a été accompagné par un véritable arsenal Juridique encourageant le secteur privé et l'entrepreneuriat dont le code des investissements De 1993 a constitué la pierre angulaire. D'ailleurs, depuis cette date, et à la faveur des autres Textes législatifs venus compléter ce code, le nombre des entreprises privées nouvellement

Crées ne cesse d'augmenter dans le pays.

La wilaya de Bejaia, de son côté, n'est pas restée en marge de cette dynamique Entrepreneuriale qui gagné le territoire national. Forte d'une position géographique du premier ordre dans le centre-est du pays, et dotée d'infrastructures stratégiques, la wilaya de Bejaia se classe régulièrement dans les cinq premières wilayas d'Algérie en termes de présence et de création de nouvelles entreprises privées, tous secteurs confondus.

## **Introduction**

Ce chapitre a pour objet de tenter d'apporter les éléments de réponse à la problématique. Et notre travail consiste à chercher de comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants. Pour réaliser ce travail, nous avons choisi une démarche empirique centrée sur une enquête de terrain, qui est une méthode de collecte de données.

Nous rappellerons 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.

### **Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia (campus Aboudaou)**

Le sujet de cette section est de dévoiler l'université de Bejaia (campus Aboudaou), le lieu de l'investigation de notre enquête.

#### **1. Présentation de l'université de Bejaia**

L'université de Bejaia qui a été créée en octobre 1983, est un établissement d'enseignement supérieur pluridisciplinaire elle se compose 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, des sciences de la Nature, de chimie industrielle, d'hydraulique, de langue et Culture Amazighes et des Sciences exactes. L'université de Bejaia compte aujourd'hui plus de 45700 étudiants en cadres par 1714 enseignants permanents accompagnés par 1227 personnels technique et administratifs qui se répartie sur plusieurs facultés : technologie, science exacte, science médicales, science humaine et sociale, science nature et de vie...

#### **2. Les informations concernant la faculté des sciences Economiques, Commerciales et des sciences de Gestion (SECG)**

Les différentes facultés existantes au niveau du campus Aboudaou de l'université de Bejaia sont cinq facultés :

- Sciences Economique, commerciales et des sciences de gestion.
- Droit, science politique.
- Lettres et des langues.
- Sciences humaines et sociales.
- Médecine.

Notre étude c'est Basé sur la science économique commerciale et science de gestion, cette faculté a été créer le 05/12/2010 la faculté SECG est constitué d'une effectif total de 7206

personnes qui sont répartis entre les différentes catégories que comprend l'université. En effet, elle comporte 260 enseignants, 6578 étudiant en graduation, 224 étudiants en post-graduation et 64 ATS.

### **2.1. Les formation de science économiques, de gestion et commerciales**

Il existe au sein de cette faculté 9 formations en licence et 15 formations en masters qui sont répartis entre les différents départements.

## **Section 2 :Analyse des résultats de l'enquête de terrain**

Cette section sera consacrée à la présentation de la démarche méthodologique adoptée pour la réalisation de notre enquête et l'analyse des résultats. En premier lieu, nous illustrons les objectifs de notre enquête. En second lieu, nous présenterons les résultats de notre enquête.

### **1.La démarche méthodologie de l'enquête**

Nous allons expliquer notre la conception de l'enquête et son déroulement, la structure et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié.

### **2. Méthodologie de recherche**

Notre travail d'étude est concentré sur les étudiantes de fin de cycle en science de gestion. La collecte des données a été réalisée, en distribuant un questionnaire, comportant des interrogations relatives à notre thème de recherche. Le traitement statistique des données obtenues a été réalisé à l'aide du logiciel SPSS.

### **3. Analyse de contenu de questionnaire**

L'objectif de notre recherche est d'appliquer les modèles de l'intention entrepreneuriale dans une population de jeunes étudiants en fin de cycles Master (M1 et M2 en Management et MRH et Entrepreneuriat). Et afin d'atteindre nos objectifs nous avons élaboré un questionnaire de 24 questions, on a utilisé troisaxes de :

- Information générales et intention.
- La désirabilité entrepreneuriale.
- La faisabilité entrepreneuriale.

### **4. Déroulement de l'enquête**

Le travail de terrain s'est déroulé au niveau du campus Aboudaou, nous avons commencé notre enquête le début de mois Mai et nous avons distribué les questionnaires dans les classes en début de cours avec l'appui des enseignants, et nous les avons récupérées à la fin de cours.

## 5. La taille d'échantillon

Notre échantillon se compose de 180 étudiants sur une population totale de 397 individus. Nous avons pu récupérer 187 questionnaires sur les 210 étudiants contactés, seulement 180 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 96,25%. Le reste (soit 7 questionnaires) étaient mal remplis.

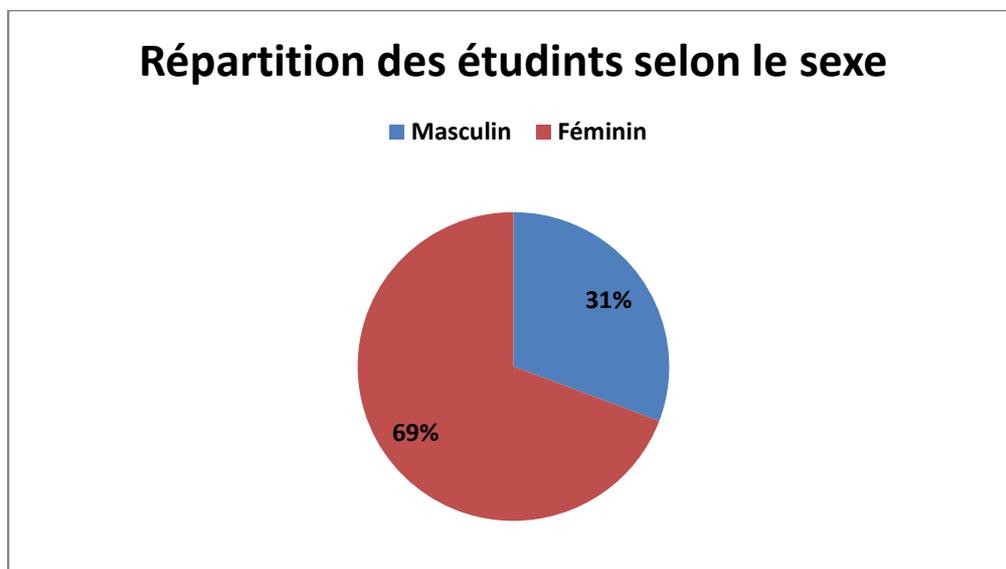
### 2.2. Caractéristiques de l'échantillon :

Avant d'analyser en profondeur les variables qui impactent l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'échantillon retenu, il est nécessaire dans un premier temps de souligner quelques caractéristiques de ce dernier.

#### 1. Le sexe

La répartition de notre échantillon par sexe montre une prédominance des femmes à hauteur de deux tiers, soit 69%. Les étudiants de sexe masculin ne représentent, quant à eux, qu'un tiers avec 31%. La prédominance féminine dans les filières économique et gestion explique ces répartitions.

**Figure n° 9:** Répartition des étudiants selon le sexe



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

#### 2. L'âge

L'âge moyen semble identique par les étudiants enquêtés (moins de 25 ans), car c'est l'âge moyen pour un étudiants qui en fin de cycle.

**Tableau n° 12** : Répartition selon l'âge

	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Moins de 25ans	116	64,4
De 25à30ans	58	32,2
De 31ans à40ans	6	3,3
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

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

La répartition des tranches d'âge révèle que la proportion des répondants de moins de 25 ans est plus importante dans l'échantillon (64,4%), et (32,2%) ont un âge de entre 25et 30 ans, et (3, 3%) ont un âge entre 31 et 40 ans.

### 3. Le niveau d'étude et la spécialité de formation

La répartition de l'échantillon par niveau d'étude et la spécialité est comme suit : le nombre des étudiants inscrit au Master 1 et de (248 étudiants) en Management et MRH et Entrepreneuriat (39,91%) des étudiants ont spécialité mangement, (30,24%)sont en MRH, (29 ,83%) des étudiants en entrepreneuriat.

Pour lesMaster2le nombre total selon les trois spécialités (Mangement, MRH, Entrepreneuriat) soit de 149 étudiants. Soit 55 en MRH, 34 Entrepreneuriat ,60 Mangement.

### 4. La situation matrimoniale

D'après les résultats obtenus, on a trouvé quela grandepartie des étudiants ayant répondu à cette question sont des célibataires avec un pourcentage (88,3%), alors que (11,7%) sont des étudiants mariés.

**Tableau n°13** : la repartions des étudiants selon la situation matrimoniale

	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Célibataire	159	88, 3
Marié	21	11,7
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

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

### 5. L'intention entrepreneuriale des étudiants

Dans cet axe, nous allons essayer d'interpréter et d'analyser les résultats de notre enquête sur l'intention entrepreneuriale.

**Tableau n° 14 :** le nombre des étudiants qui ont l'intention

	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	132	73 ,3
Non	17	9 ,4
Je ne sais pas	31	17,2
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

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

Selon les résultats de l'enquête, près de 3 étudiants sur 4 ont déclaré sur l'intention de créer une entreprise. Dont la forme de l'entreprise que la majorité des étudiants veulent créer une entreprise avec un taux de 60,12% des enquêtés, suivi de la reprise d'une entreprise familiale avec 20,24% des répondants et enfin ceux qui veulent exercer une profession libérale qui représente 19,63%.

#### 5.1. Analyse l'intention selon le sexe

L'analyse de l'intention entrepreneuriale selon le sexe des répondants, nous donne les résultats consignés dans le tableau suivant :

**Tableau N° 15:** l'intention entrepreneuriale selon le sexe

<b>Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?</b>					
Oui		Non		Je ne sais pas	
M	F	M	F	M	F
50	82	0	17	5	26

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

Le nombre d'étudiants de sexe masculin, ayant déclaré avoir l'intention de créer une entreprise sont au nombre de 50, sur un total de 55. Ces données montrent que près de 9 étudiants de sexe masculin sur 10 ont répondu favorablement à cette question. Il y a lieu de souligner qu'aucun étudiant de sexe masculin n'écarte carrément cette piste professionnelle. S'agissant des filles, 2/3 des répondantes ont déclaré avoir une intention de s'inscrire dans une démarche entrepreneuriale. En effet sur 82 sur un ensemble de 125 étudiantes ont répondu par l'affirmative à la question proposée.

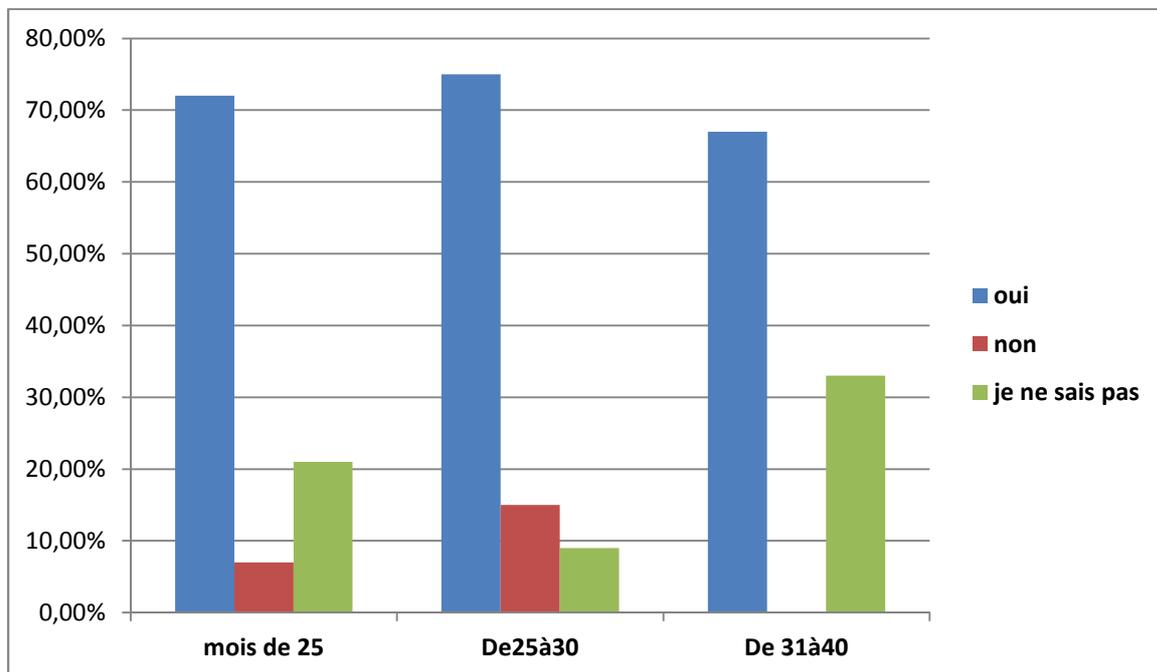
## 5.2. Analyse l'intention selon l'âge

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

Néanmoins, les résultats que nous avons obtenus méritent d'être analysés. Comme le montre la figure ci-après, même sur une population homogène, on constate que la part des enquêtés ayant déclaré avoir une intention de créer une entreprise. Elle est de(72%) pour les moins de 25 ans, de(75%) pour ceux qui sont âgés entre 25 et 30 ans et de(66%) pour les plus de 30ans.

En d'autres termes plus de 3 étudiants sur 4, dont l'âge est supérieur 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.

**Figure N°10** : Analyse de l'intention selon l'âge



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

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

A partir de ce tableau ci-dessus, on remarque que l'intention entrepreneuriale dans les masters représente un pourcentage très importants, pour les Master 1 avec un taux de 75% et les Master 2 avec un taux de 70%.

**Tableau n°16:** l'intention selon le niveau d'étude

		avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Oui	Non	je ne sais pas	
Niveau d'étude	master 1	89	7	23	119
	master 2	43	10	8	61
	<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>17</b>	<b>31</b>	<b>180</b>

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

### 5.4. Analyse de l'intention selon la spécialité

D'après le tableau ci-dessus on remarque l'intention entrepreneuriale est dans la premier position dans la spécialité entrepreneuriat avec un taux de (77%), après Management avec un taux de (76%), tandis que la spécialité de MRH vient en troisième position avec un taux de (66%) 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.

**Tableau n°17 :** l'intention selon la spécialité

		avez-vous l'intention de créer une entreprise ?						Total
		Oui		Non		je ne sais pas		
spécialité d'étude	Management	45	76,27%	7	11,8%	7	11,86%	59
	MRH	42	66,66%	6	9,52%	15	23,80%	63
	Entrepreneuriat	45	77,58%	4	6,89%	9	15,51%	58
	<b>Total</b>	<b>132</b>		<b>17</b>		<b>31</b>		<b>180</b>

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

### 5.5. Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale

Dans ce tableau, nous remarquons que la volonté de la plupart des étudiants qui ayant de l'intention de créés leur propre entreprise est de (50%) des répondants ont une intention

moyenne, ainsi (34,09%) a une intention fort, (7,5%) qui ont intention faible, enfin la intention très forte et de (8,33%).

**Tableau n°18** : Le niveau de l'intention entrepreneuriale

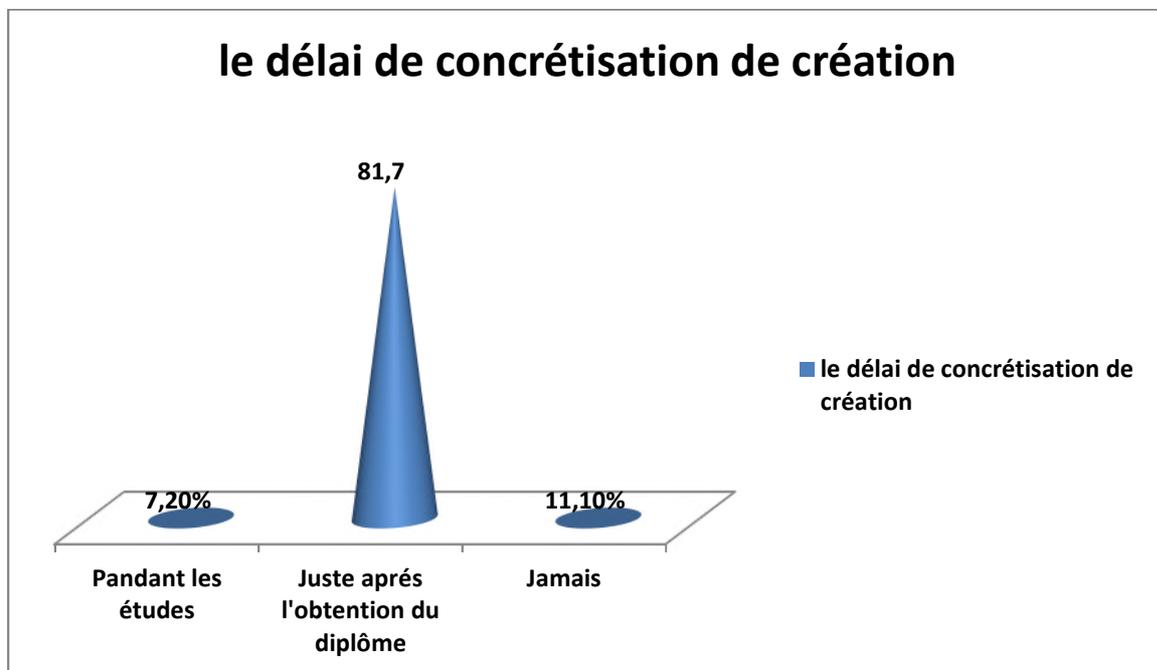
	Effectifs	Pourcentage
Faible	10	7,57%
Moyenne	66	50%
Forte	45	34,09%
Très forte	11	8,33%
<b>Total</b>	132	100

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

### 6. Le délai de concrétisation de création

La grande partie des étudiants ont déjà enquêté elles sont déclaré qu'ils vont créer leur propre projet juste après l'obtention du diplôme .Elle sont représentés par un pourcentage très élevé (81,7%) de l'échantillon, pour un but de rassembler les ressources financières pour le démarrage.

**Figure n°11** : le délai de concrétisation de création



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

### 7. Le secteur d'activité

A la question de savoir, dans quel secteur la création est envisageable, plus de la majorité des étudiants ont retenu le secteur des services (90%), avec notamment les activités liées au commerce, à l'artisanat, la restauration, les fonctions libérales,... Le choix du secteur des services est sans doute lié au fait qu'il ne nécessite pas un capital de départ important, ni beaucoup d'effectif à gérer, ou encore moins de barrières à l'entrée. Par contre les deux autres secteurs d'activité (l'industrie et l'agriculture) sont moins choisis par les étudiants car la nécessité des fonds très important

**Tableau n°19** : Répartition selon le secteur d'activité

Secteur d'activité	Fréquence	Pourcentage (%)
Industrie	31	23 ,48
Agriculture	20	15 ,15
Service	120	90 ,90

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

### 3. La désirabilité entrepreneuriale

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

#### 3.1. Attitude vis-à-vis de l'entrepreneuriat

Les résultats de notre enquête montrent que la plupart des étudiants enquêtés ont une perception positive (favorable de 87,8%) du statut de l'entrepreneur .Par contre (12,2%)

Qui ont perception mal au statut d'entrepreneur.

**Tableau n°20** : Perception quant au statut d'entrepreneur

	Effectifs	Pourcentage %
Favorable	158	87 ,8
Défavorable	22	12,2
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

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

#### 3.2. Les motivations entrepreneuriales

Les étudiants sont dotés d'un fort d'être autonome (54.54%), et pour (46.96%) réaliser un rêve, et (34 .84%) pour gagner plus d'argent. chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, c'est d'assurer et d'améliorer leurs avenir et leurs situations financière. Taux faible pour l'autre (valorise un savoir-faire) soit de (1.6%).

**Tableau n°21** : Les motivations de l'entrepreneur

Motivation de l'entrepreneur	Intention de créer une entreprise	
	Effectifs	Pourcentage%
Etre autonome (être mon propre chef)	72	54 ,54
Gagner plus d'argent	46	34,84
Réaliser un rêve	62	46 ,96
Echappe au chômage en créant mon propre emploi	40	30,30
Faire comme mes parents	21	15,90
Avoir un bon statut social	27	20 ,45
Autre	3	1 ,6%

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

### 2.3 .Perception de la réussite et de l'échec d'entreprise

À partir du tableau suivant, on constate que la réussite entrepreneuriale pour les étudiants qui l'intention de créer une entreprise est d'abord une réussite personnelle avec un pourcentage de (41,81%), et d'autre part (28 ,9%) pour la réussite professionnelle.

**Tableau n°22** : la réussite entrepreneuriale

	Effectifs	Pourcentage
Réussite familiale	27	15 %
Sociale	26	14 ,4 %
Personnelle	75	41,7 %
Professionnelle	52	28 ,9 %
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100 %</b>

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

**Tableau n°23** :l'échec de l'entrepris créer

Type de réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
un échec financier	106	59%
un échec social	27	15%
un échec personnel	54	30%
un échec professionnel	4	2,2%
Autre	6	3,3%

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

L'échec financier à été retenu par (60%) des étudiantsquestionnées, cela est en cohérence avec les motivations des étudiants qu'ils sont autonomes d'argent financier.

### 3.4. Norme social

D'après les résultats dans le tableau ci-dessus ont a obtenu on peut dire que la famille encourage leur enfant lorsqu'a il décide de créer une entreprise avec un pourcentage de (87%).afin de crée une rente et généré une richesse et aussi pour la réussite personnel et familiale du créateur en plus pour faire face au chômage.

**Tableau n°24** : La réaction de la famille à votre décision de créer une entrepris

La réaction	Effectifs	Pourcentage
Elle vous encourage	156	87%
Elle vous décourage	8	4,4%
Aucune réaction	16	8,8%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

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

### 3.5. Opinion des étudiants sur quel que affirmation

D'après notre résultats la majorité des étudiants interrogés qui sont plutôt d'accord sur l'idée de créés une entreprise qui représente ( 47 ,72%) sur l'intention de créés une entreprise, ils sont aussi, tout d'accord de montre un projet de création d'entreprise et assurer son aboutissement avec un taux de (57 ,57%) qui ont l'intention de crée un entreprise ,50% des étudiants qui ont l'intention de crée une entreprise elle sont tout à fait d'accord sur le besoin d'accomplissement pour l'intention entrepreneuriale, le nombre des étudiants qui ont tout à fait d'accord sur la recherche de l'autonomie qui influence le désir de l'étudiant de créer sa propre entreprise ,soit de 77etudaints qui représente un 1/2 sur les étudiants qui ont

l'intention de créer une entreprise (58,83%), et pour (46,46%) qui ont dit tout à fait d'accord sur la prise de risque à la base de l'intention entrepreneuriale, dans l'existence de modèle d'entrepreneur agit sur les étudiants quant à l'intention d'entreprendre plutôt d'accord avec un taux de (51,51%) qui ont l'intention de créer une entreprise et (11,36%) elle sont pas du tout d'accord.

#### 4 .La faisabilité entrepreneurial

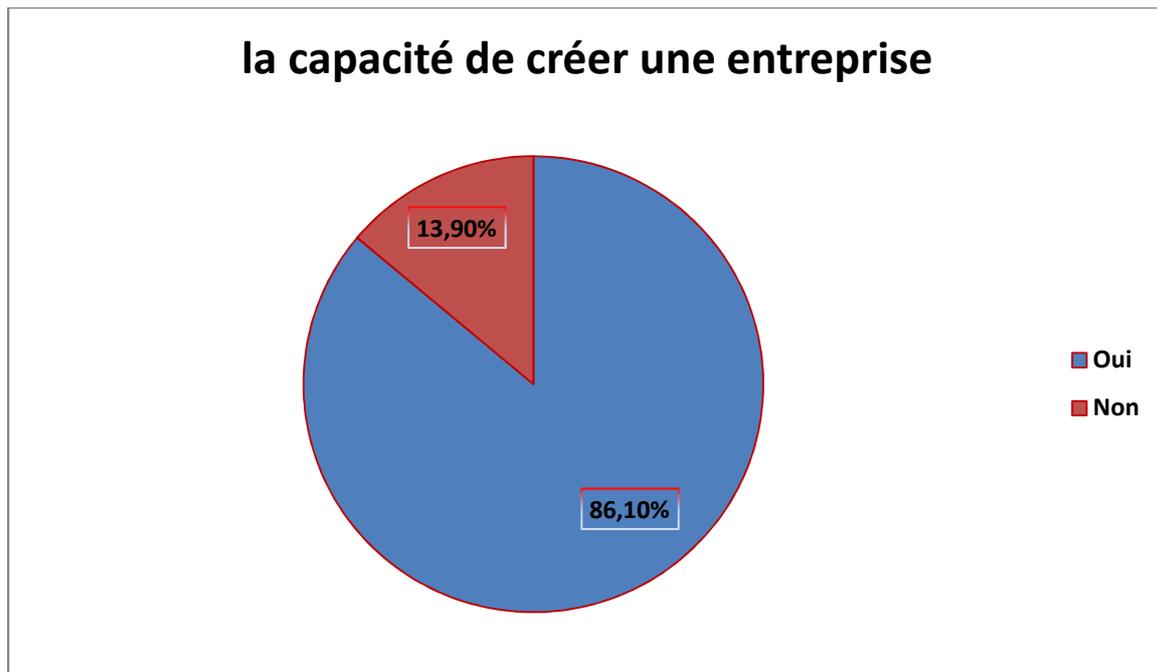
La faisabilité fait référence au degré avec lequel un individu estime pouvoir mener à bien la création d'entreprise.

##### 4.1. Capacité entrepreneuriale

La figure ci-dessus, montre clairement que la plupart des étudiants interrogés, soit (86,1 %), s'estiment capables de créer leur entreprise, alors que (13,9 %) se jugent incapables.

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

**Figure n°12 :** la capacité de créer une propre entreprise.



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

##### 4.2. Influence de l'entourage

La plupart des étudiants soit de (51,7%) des étudiants enquêtés, déclare l'existence des entrepreneurs dans leur entourage qu'il considère comme étant des modèles à imiter de fait qu'ils ont réussi dans leur vie professionnelle. Pour ce qui a déclaré imiter des proches

entrepreneurs pour 39 étudiants eus il s'agit des parents, pour 43 des frères et sœurs, et 50 étudiants sont des amis.

**Tableau n °25 :** l'existence des entrepreneurs dans l'entourage à imiter

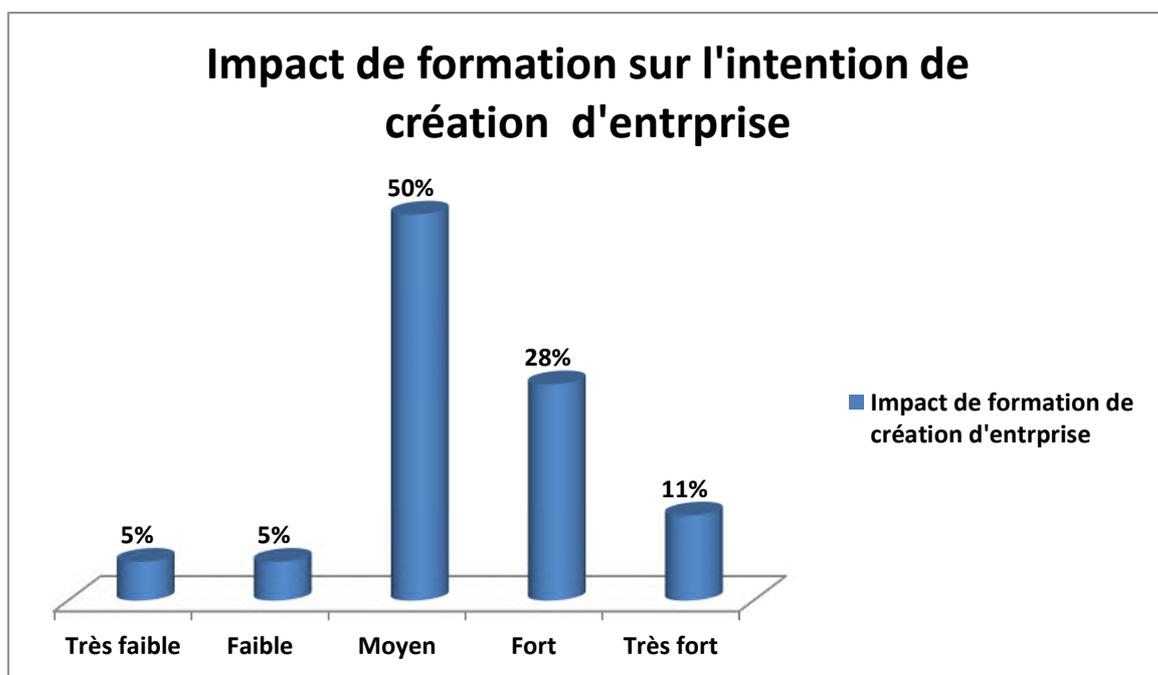
Type de réponse	Effectifs	Pourcentage %
Oui	93	51,7
Non	87	48,3
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

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

#### 4.3. Impacte de formation sur l'intention de création d'une entreprise

D'après la figure ci-dessus nous remarquons que l'impact de formation sur l'intention de créer une entreprise est un impact moyen qui présente 50%.

**Figure n°13 :** L'impact de l'intention de création d'une entreprise



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

#### 4.4 .Obstacle à l'entrepreneuriat

D'après les résultats de notre travail, la majorité des étudiants dont (74,44%) des répondants saisissent les moyens financiers et le facteur le plus qui empêche de bien mener le projet de création, alors que (43,88%) d'entre eux disant que pour réaliseront projet, il est

important d'avoir d'expérience suffisant, tendit que les démarche administratif pouvant être un obstacle empêchant de bien faire son projet avec un pourcentage de (25,32%). Et nous avons le reste dont (28,32%) se répartissent entre le mauvais choix de secteur d'activité, la réaction de l'entourage et autre qui pouvant empêcher de bien mener votre projet de création.

**Tableau n°26** : les principaux facteurs pouvant vous empêcher de mener à bien le projet de création.

	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Moyens financiers	134	74,44
Manque d'expériences	79	43,88
Mauvais choix de secteur d'activité	19	10,55
Réaction de l'entourage	22	12,22
Les démarches administratives	46	25,55
Autre	10	5,55

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

#### 4.5. Les source de financement

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

**Tableau n°27** : Les moyens de financement.

<b>Type de réponse</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage%</b>
Epargnes personnels	57	31,66
Epargnes familiales	51	28,33
Prêt d'ami(e)	12	6,66
Prêt de la parenté	21	11,66
Prêt bancaire	90	50
Dispositif d'aide à la création	54	30
<b>Total</b>	<b>285</b>	<b>158,31</b>

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

D'après le tableau , pour crée une entreprise, on a besoin de moyens de financement et à travers les résultat de l'enquête on observe que la moitié des étudiant dont( 50%), on dit que prêt bancaire et le moyens le plus utilise pour le financement de création d'entreprise tandis que( 31,66%),et (28,33%), d'entre eux utilisent leurs propre épargne , sa soit personnels ou

bien épargnes familiales, d'autre part (30%) des répondant préfère faire aide aux dispositif d'aide à la création, et on observe aussi d'autre qui préfère prêter de son entourage dont (11,66%), et 6,66%, disent prêter d'ami (e) et prêt de parenté.

**Tableau n°28** : les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliteront-ils la concrétisation de votre projet de la création.

	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	149	82.8
Non	31	17.2
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

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

A partir des résultats de tableau on trouve que la grande majorité des étudiants soit (82,77%) des étudiants ont déjà cherché des informations sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise tel que (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) pour faciliter la réalisation de leur projet, alors que le reste (17,23%) voient le contraire et ne préfèrent pas faire appel à ces dispositifs.

**Tableau n° 29** : Analyse de l'intention de créer une entreprise selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

		<b>Avez-vous l'intention de créer une entreprise</b>		
		oui	Non	Je ne sais pas
		<b>Effectifs</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Effectifs</b>
<b>Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSJ, ANDI, ANGEM...) faciliteront-ils concrétisation de votre projet de la création</b>	Oui	110	11	28
	Non	22	6	3

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

D'après les résultats de notre travail, la plupart des étudiants qui ont l'intention de créer une entreprise, soit (88.59%) donc les dispositifs facilitent la création de entreprise, et (90.32%) elle ne sait pas à ce que les dispositifs aide à la création d'entreprise faciliteront la concrétisation du projet de la création.

**Tableau n°30** : les attentes concernant ces dispositifs

	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Financement	123	68,33
Accompagnement	44	24,44
Formation	38	21,11
Conseil	38	21,11

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

Le tableau ci-dessous, nous permettent de dire que le nombre important des étudiant leurs attentes des dispositifs d'aide à la création d'entreprise, c'est le financement avec (68 .33%), puis l'accompagnement de (24 .44%), par contre ce qui concerne la formation et conseil moins importants du(21 .44%). Ces résultats montrent que les étudiant de notre échantillon ayant l'intention de créent des entreprise .mais ils ont un manque de financement.

**Tableau n°31** : la formation entrepreneuriale

		Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Total
La formation acquise, durant les cours de la création d'entreprise dispensés à l'université, influence les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial	<b>Effectif</b>	27	20	28	63	42	180
	<b>%</b>	15	11.1	15.6	35	23.3	100
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les expériences de travail et de stages influencent les perceptions de faisabilités de l'acte entrepreneurial	<b>Effectif</b>	9	17	32	75	47	180
	<b>%</b>	5	9.4	17,8	42.7	26.1	100
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les activités associatives influencent les perceptions de faisabilités de l'acte entrepreneurial	<b>Effectif</b>	12	19	40	67	42	180
	<b>%</b>	6.7	10.6	22.2	37.2	23.3	100
La disponibilité des ressources (financières, information et conseils) influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial.	<b>Effectif</b>	12	5	21	49	96	180
	<b>%</b>	6.7	2.8	11.7	25.6	53.3	100

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

D'après ce tableau la majorité des étudiants elles sont plutôt d'accord a la formation acquise, durant les cours de la création d'entreprise avec un taux de(35%), et(15%) sont pas du tout d'accord, ainsi (41.7%) sont plutôt d'accord a les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les expériences de travail et de stage influencent les perceptions de faisabilités de l'acte entrepreneurial, tout à fait d'accord avec un taux de (26.1%).

Pour les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec las activité associatives influencent les perceptions de faisabilités de l'acte entrepreneurial elles sont plutôt d'accord avec un taux de (37.2%) et (6.7%) pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord sur la disponibilité des

ressources (financières, information et conseils) influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial.

### **Conclusion**

Ce chapitre, nous a permis de détecter quelque variable qui impact sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Sur un échantillon composé de 180 étudiants caractérisé principalement par une forte présence féminine (2/3), généralement inscrit en M1 dans les spécialités (entrepreneuriat, management, MRH).

Les principaux résultats :

- $\frac{3}{4}$  des étudiants ont déclaré avoir une intention entrepreneuriale.
- 9 étudiants sur 10 de sexe masculins ont affiché une intention entrepreneuriale.
- Les résultats, que nous avons obtenus selon l'âge  $\frac{3}{4}$  des étudiants ayant l'intention et entre 25 à 30 ans.
- La majorité des étudiants ayant déclarent vouloir créer dans le secteur de service pour créer leur entreprise.
- Concernant les principales sources de financement, le financement par l'ANSEJ figure en première place suivi par le recours aux ressources personnelles.

### **Conclusion générale.**

L'objectif principal de notre travail s'inscrit dans l'analyse des caractéristiques et de facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale auprès d'une population estudiantine. Pour ce faire, nous avons abordé dans un premier temps, les aspects théoriques qui traitent de l'intention, comme une phase importante du processus entrepreneurial.

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).

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

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

L'enquête que nous avons menée auprès des étudiants de niveau Master, de la FSECSG, permet de se prononcer sur les hypothèses que nous avons préconisées dans le cadre de ce travail.

En ce qui concerne les perceptions de désirabilité entrepreneuriale, il nous a été donné de constater, que l'attitude favorable des étudiants à l'égard du statut de l'entrepreneur, comme acteur économique, à qui on attribue souvent des aspects positifs (autonomie, indépendance, flexibilité, etc.) constitue un facteur majeur dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Aussi les attentes des étudiants, dans leur éventuel statut d'entrepreneur, les plus retenues sont axées essentiellement sur le désir d'indépendance professionnelle et d'autonomie financière. Ces attentes constituent également un élément qui agit favorablement sur l'intention des étudiants.

S'agissant des normes sociales, la difficulté de mesurer cet item nous a amené à se rabattre uniquement sur la réaction des proches, quant à la décision éventuelle de créer une entreprise. A cet égard, il semble que cette réaction est souvent encourageante, que l'étudiant soit de sexe

masculin ou féminin. Plus particulièrement sur la question de l'entrepreneuriat des femmes, ce résultat rejoint la conclusion de A. Gillet (2003), qui a établi que l'entourage proche peut être réticent vis-à-vis, l'activité entrepreneuriale des filles. Néanmoins, quand celles-ci sont diplômées, le domaine entrepreneurial est acceptable, voire même souhaitable.

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 inhibé 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.

### **Conclusion générale.**

L'objectif principal de notre travail s'inscrit dans l'analyse des caractéristiques et de facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale auprès d'une population estudiantine. Pour ce faire, nous avons abordé dans un premier temps, les aspects théoriques qui traitent de l'intention, comme une phase importante du processus entrepreneurial.

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).

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

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

L'enquête que nous avons menée auprès des étudiants de niveau Master, de la FSECSG, permet de se prononcer sur les hypothèses que nous avons préconisées dans le cadre de ce travail.

En ce qui concerne les perceptions de désirabilité entrepreneuriale, il nous a été donné de constater, que l'attitude favorable des étudiants à l'égard du statut de l'entrepreneur, comme acteur économique, à qui on attribue souvent des aspects positifs (autonomie, indépendance, flexibilité, etc.) constitue un facteur majeur dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Aussi les attentes des étudiants, dans leur éventuel statut d'entrepreneur, les plus retenues sont axées essentiellement sur le désir d'indépendance professionnelle et d'autonomie financière. Ces attentes constituent également un élément qui agit favorablement sur l'intention des étudiants.

S'agissant des normes sociales, la difficulté de mesurer cet item nous a amené à se rabattre uniquement sur la réaction des proches, quant à la décision éventuelle de créer une entreprise. A cet égard, il semble que cette réaction est souvent encourageante, que l'étudiant soit de sexe

masculin ou féminin. Plus particulièrement sur la question de l'entrepreneuriat des femmes, ce résultat rejoint la conclusion de A. Gillet (2003), qui a établi que l'entourage proche peut être réticent vis-à-vis, l'activité entrepreneuriale des filles. Néanmoins, quand celles-ci sont diplômées, le domaine entrepreneurial est acceptable, voire même souhaitable.

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 inhibé 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.

## Liste bibliographique

1. BENATA M, « Influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale », cas de l'Algérie, thèse de doctorat en Sciences Economiques, université Abou Berk Belkaid Tlemcen, 2014/2015.
2. BERREZIGA A et MEZIANE A, 2008, « La culture entrepreneurial chez les entrepreneurs algériens », Colloque National sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie ».
3. BINKKOUR M, 2012, « La promotion de l'entrepreneuriat au Maroc : rôle de l'Etat et perception des entrepreneurs», thèse de doctorat, Maroc.
4. BRESSY G, KONKUYT C, 2000 « économie d'entreprise », Dalloz, paris.
5. BRESSY G, KONKUYT C, 2000 « économie d'entreprise », Dalloz, paris. P78.
6. BRUYAT C, 1993, « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Grenoble.
7. CASSON M, (1991), l'entrepreneur, collection Gestion ; Economica, Paris.
8. Confédération générale des petites et moyennes entreprises et du patronal réel. C'est le principal syndicat des PME créé en octobre 1944.
9. Décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage.
10. Décret exécutif n°96-296 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ.
11. ELEARNE K, 1992, « What happened before the organization? A model of organization formation », in revue Entrepreneurship: theory and practice, vol 17, N°1, automne.
12. FAYOLLE A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris.
13. FAYOLLE A, DEGEORGEJM, 2012, « Dynamique entrepreneuriale », Edition de boeck, Paris.
14. FAYOLLE A et Jean- Michel DEGEORGE, 2012, « dynamique entrepreneuriale », ED de Boeck.
15. JANSSEN F, 2016, « Entreprendre » ; une introduction à l'entrepreneuriat, de Boeck, Paris.
16. JULIEN PA et Josée St-pierre, 1999, « Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat ».
17. JULIEN PA, MARCHESNAY M, 1996, « L'entrepreneuriat », Edition économisa, Paris.
18. KOMBI K, 2008, «Dynamique entrepreneurial en territoire de Lubreo», université catholique de Graben, mémoire online.
19. 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.
20. Laurent P, 1989, « L'entrepreneur dans la pensée économique », Revue Internationale PME, Vol.2, n° 1.

21. M. Jaouadi « L'impact du comportement entrepreneurial sur l'intention de créer une entreprise », 2016.
22. MARACHESNAY M, 1998 « la petite entreprise », vuibertgestion , paris.
23. MARACHESNAY M, 1998 « la petite entreprise », vuibertgestion,paris, p56.
24. Ministère de l'industrie et des mines, « Bulletin d'information statistique de la PME », n°33, édition novembre 2018.
25. Ministère de l'industrie et des mines, 2018, « Bulletin d'information statistique de la PME », n°33, édition novembre, p10-11.
26. Rapport du Ministère de l'Industrie de la PME et de la l'investissement, Direction Générale de la PME avec l'appui du Programme de Développement Economique Durable de la GIZ, « Guide du créateur d'entreprise», novembre 2011.
27. 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.
28. TOUNES A, 1995« L'intention entrepreneuriale, théorie et modèle » ,edsanbil Med.
29. TOUNES A, 2003, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73.
30. Tounés A ,2006 « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », P59.
31. VERSTRAETE T., FAYOLLE A, « Paradigmes et Entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat.
32. WANG Y, 2010 « l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse de doctorat par l'école centrale de Lille.
33. ZGHAL R, 2007, « L'entrepreneuriat : Théories, acteurs, pratiques », Ed, Sanabil Med SA.
34. ZINEELABIDINEM,HASSAINATE S,HAMMOUCHI M ,2018, « L'intention entrepreneuriale: revue de littérature et thématiques d'analyses », International journal of Business et Economicstrategy, vol .9.PP.7-22.

## Liste des figures

<b>Figure 1</b> : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat (Verstraet et Fayolle, 2005).....	9
<b>Figure 2</b> : Le Modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1975).....	22
<b>Figure 3</b> : Le Modèle de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991).....	24
<b>Figure 4</b> : Le Modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982).....	25
<b>Figure 5</b> : Le Modèle de Krueger et Carsrud (1993).....	27
<b>Figure 6</b> : La Répartition des PME privée par secteur d'activité.....	32
<b>Figure 7</b> : Niveaux d'instruction par ANSEJ.....	39
<b>Figure 8</b> : Niveaux d'instruction par CNAC.....	40
<b>Figure 9</b> : Répartition des étudiants selon le sexe .....	45
<b>Figure 10</b> : Analyse de l'intention selon l'âge .....	48
<b>Figure 11</b> : Le délai de concrétisation de création .....	50
<b>Figure 12</b> : La capacité de créer une propre entreprise.....	54
<b>Figure 13</b> : L'impact de l'intention de création d'une entreprise.....	55

## LISTE DES Tableaux

<b>Tableau 1 :</b> Les questions formalisant deux approches en entrepreneuriat (Bygrave et Hofer, 1991).....	13
<b>Tableau 2 :</b> Les critères de la définition de la PME en Algérie.....	30
<b>Tableau 3 :</b> La Répartition des PME privée selon le secteur d'activité.....	31
<b>Tableau 4 :</b> Evolution de la population globale des PME (S1/2008 et S1/2018).....	33
<b>Tableau 5 :</b> La population des PME privée durant 2014-2018.....	34
<b>Tableau 6 :</b> La répartition des PME par la taille.....	34
<b>Tableau 7 :</b> La répartition des PME par le secteur d'activité en 2018.....	35
<b>Tableau 8 :</b> Taux d'activité économique et taux d'emploi selon le sexe, le niveau d'information et le diplôme.....	36
<b>Tableau 9 :</b> Taux de chômage selon le niveau d'instruction, le diplôme obtenu et le sexe (En %).....	37
<b>Tableau 10 :</b> Répartition des projets financée par ANSEJ par niveau d'information....	38
<b>Tableau 11 :</b> Répartition sectorielle et annuelle des projets financé par le CNAC par niveau d'information de 2010 à 2018.....	40
<b>Tableau 12 :</b> La Répartition selon l'âge.....	46
<b>Tableau 13 :</b> La répartition des étudiants selon la situation matrimoniale.....	46
<b>Tableau 14 :</b> Le nombre des étudiants qui ont l'intention.....	47
<b>Tableau 15 :</b> L'intention entrepreneuriale selon le sexe.....	47
<b>Tableau 16 :</b> L'intention selon le niveau d'étude.....	49
<b>Tableau 17:</b> L'intention selon la spécialité.....	49
<b>Tableau 18 :</b> Le niveau de l'intention entrepreneuriale.....	50
<b>Tableau 19 :</b> Répartition selon secteur d'activité.....	51
<b>Tableau 20 :</b> Perception quant au statut d'entrepreneur.....	51
<b>Tableau 21 :</b> Les motivations de l'entrepreneur.....	52
<b>Tableau 22 :</b> La réussite entrepreneuriale.....	52
<b>Tableau 23 :</b> L'échec de l'entreprise créer.....	53
<b>Tableau 24 :</b> La réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise.....	53
<b>Tableau 25 :</b> L'existence des entrepreneurs dans l'entourage à imiter.....	55.
<b>Tableau 26 :</b> Les principaux facteurs pouvant vous empêcher le projet de création...	56
<b>Tableau 27 :</b> Les Moyen de financement.....	56

<b>Tableau 28 :</b> Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, ANDI, CNAC) faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création.....	57
<b>Tableau 29 :</b> Analyse de l'intention de créer une entreprise selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.....	57
<b>Tableau 30 :</b> Les attentes concernant ces dispositifs.....	58
<b>Tableau 31:</b> La formation entrepreneuriale.....	59

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

**ANDI** : Agence National de Développement d'Investissement

**ANGEM** : Agence National de Gestion du Microcrédit

**ANSEJ** : Agence National de Soutien et de l'emploi de Jeune

**BTPH** : Bâtiment et Travaux Publique Hydrauliques

**CNAC** : Caisse Techniques Administratifs et de Service

**IE** : Intention Entrepreneuriale

**LMD** : Licence Master et Doctorat

**ME** :La moyenne entreprise

**PE** : Petite Entreprise

**PME** : Petite Moyenne Enterprise

**UE** : Union Européenne

## ANNAXES 1

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

# QUESTIONNAIRE

Ce questionnaire est élaboré dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin de cycle qui porte sur le thème de l'intention entrepreneuriale des étudiants, au sein de l'université de Bejaia. Vos réponses sont confidentielles et feront l'objet d'un traitement strictement pédagogique.  
Nous vous remercions pour la contribution que vous apportez à l'aboutissement de ce travail.

## Informations générales et intention

1. Sexe : Masculin   
Féminin
2. Quel âge avez-vous ?
3. Niveau d'étude : Master 1   
Master 2
4. Spécialité d'étude : Management   
GRH   
Entrepreneuriat
5. Votre situation matrimoniale : Célibataire   
Marié(e)   
Veuf (Ve)   
Divorcé(e)

6. Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?

Oui

Non

Je ne sais pas

Si oui, Sous quelle forme ?

Créer une entreprise

Reprise d'une entreprise familiale

Exercer une profession libérale

7. Votre intention de créer une entreprise est :

Faible

Moyenne

Forte

Très forte

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

Pendant les études

Juste après l'obtention du diplôme

Jamais

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

Industrie

Agriculture

Service

10. le choix d'implantation de votre projet ?

Wilaya de résidence

Hors wilaya

# La désirabilité entrepreneuriale

11. quelle est votre perception quant au statut d'entrepreneur ?

Favorable

Défavorable

12. être entrepreneur c'est :

Etre autonome (être mon propre chef)

Gagner plus d'argent

Réalisé un rêve

Echappe au chômage en créant mon propre emploi

Faire comme mes parents

Avoir un bon statut social

13. la réussite entrepreneuriale est une :

Réussite familiale

Sociale

Personnelle

Professionnelle

14. l'échec éventuel de votre entreprise serait :

Un échec financier

Un échec social

Un échec personnel

Un échec professionnel

Autre, précisez.....

15. quelle serait la réaction de la famille à votre décision de créer une entreprise ?

Elle vous encourage

Elle vous décourage

Aucune réaction

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

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

# La faisabilité entrepreneuriale

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

Oui

Non

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

Oui

Non

Si Oui, Qui sont ?

Père

Mère

Frères

Sœurs

Amis

19. Quel est l'impact de votre formation sur votre intention de création d'une entreprise ?

Très faible

Faible

Moyen

Fort

Très fort

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

Moyens financiers

Manque d'expériences

Mauvais choix de secteur d'activité

Réaction de l'entourage

Les démarches administratives

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

Epargnes personnels	<input type="checkbox"/>
Epargnes familiales	<input type="checkbox"/>
Prêt d'ami(e)	<input type="checkbox"/>
Prêt de la parenté	<input type="checkbox"/>
Prêt bancaire	<input type="checkbox"/>
Dispositif d'aide à la création	<input type="checkbox"/>

**22.** les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANDI, ANGEM, CNAC) faciliteront-ils la concrétisation du votre projet de la création ?

Oui	<input type="checkbox"/>
Non	<input type="checkbox"/>

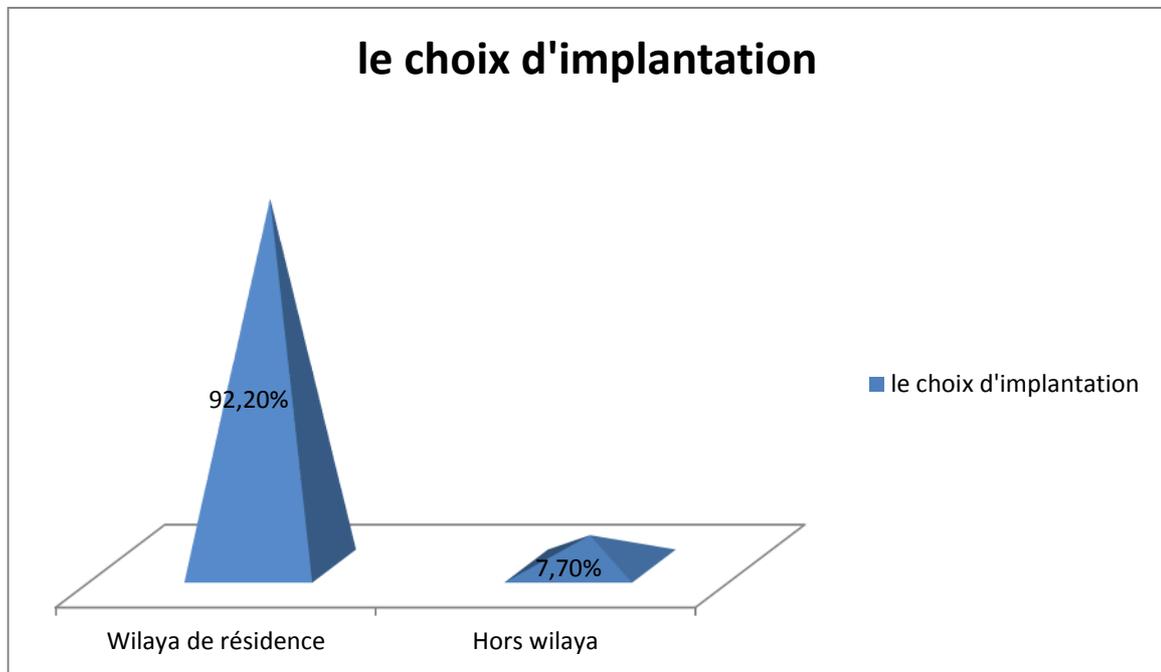
**23.** Si oui, quelles sont vos attentes concernant ces dispositifs ?

Financement	<input type="checkbox"/>
Accompagnement	<input type="checkbox"/>
Formation	<input type="checkbox"/>
Conseil	<input type="checkbox"/>

**24.** Que pensez-vous des affirmations suivantes ? (Cochez une case pour chacune des modalités suivantes) :

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
La formation acquise, durant les cours de la création d'entreprise dispensés à l'université, influence les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneuriale.					
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les expériences de travail et de stages influencent les perceptions de faisabilités de l'acte entrepreneurial.					
Les aptitudes entrepreneuriales que l'on acquiert avec les activités associatives influencent les perceptions de faisabilités de l'acte entrepreneurial.					
La disponibilité des ressources (financières, information et conseils) influencent les perceptions de faisabilité de l'acte entrepreneurial.					

## Annexe n°2 : le choix d'implantation



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

92,2% des étudiantes enquêtées préfèrent de s'implanter dans leur wilaya de résidence cela indique que la volonté de contribuer au développement de leur région de résidence. Et 7,7% sont préférèrent de implanter hors wilaya.

Annexe n°3: opinion de quelque affirmation

		Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Total
L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive	Effectif	15	10	31	63		180
	%	8,3	5,6	17,2	35	33,9	100
Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement	Effectif	9	14	32	76	49	180
	%	5	7,8	17,8	42,2	27,2	100
Le besoin d'accomplissement constitue un stimulant pour l'intention entrepreneuriale.	Effectif	8	17	29	60	66	180
	%	4,4	9,4	16,1	33,3	36,7	100
La recherche de l'autonomie influence le désir de l'étudiant de créer sa propre entreprise.	Effectif	11	16	27	49	77	180
	%	6,1	8,9	15	27,2	42,8	100
La prise de risque est à la base de la formation de l'intention entrepreneuriale.	Effectif	14	10	36	59	61	180
	%	7,8	5,6	20	32,8	33,9	100
L'existence de modèles d'entrepreneurs agit sur les étudiants quant à l'intention entreprendre.	Effectif	15	19	44	68	34	180
	%	8,3	10,6	24,4	37,8	18,9	100

# Table des matières

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
Chapitre I : L'entrepreneuriat : Paradigmes et Approche	
Introduction .....	3
Section01 : l'entrepreneuriat: Définitions et Paradigmes .....	3
1.1. Définition de l'entrepreneuriat .....	3
1. 2. Concept d'entrepreneuriat .....	5
1.2.1. L'esprit d'entreprise.....	5
1.2.2. L'entrepreneur.....	5
1.2.3. La création d'entreprise .....	6
1.3. Paradigmes dans la recherche en entrepreneuriat .....	6
1.3.1. Paradigme de l'opportunité d'affaires.....	6
1.3.2. Paradigme de la création d'une organisation.....	7
1.3.3. Paradigme de la création de valeur .....	7
1.3.4. Paradigme de l'innovation .....	8
1.3.5. Le lien entre les quatre paradigmes de l'entrepreneuriat .....	8
Section02 : Les principales approches en entrepreneuriat .....	10
2.1. Approche descriptive (Approche par les traits .....	10
2.2. Approche fonctionnelle (Approche par les faits).....	11
2.3. Approche processuelle.....	12
Conclusion .....	14
Chapitre II : l'intention entrepreneuriale	
Introduction .....	15
Section 01 : l'intention entrepreneuriale : définition et utilité .....	15
1. Définition de l'intention .....	15

## Table des matières

2. La place de l'intention dans processus entrepreneurial.....	16
2.1. Les modèles processuels de d'entrepreneurial.....	17
2.2. L'intention en amont du processus entrepreneuriale.....	18
2.2.1. Le processus de décision.....	19
2.2.2. Le processus de création.....	20
Section 02 : les principaux cadres théoriques modélisant l'intention .....	21
2.1. Théorie de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1975).....	21
2.2. Théorie de comportement planifié (Ajzen, 1991).....	22
2.3. Les modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982).....	24
2.4. Le modèle de l'événement entrepreneurial tel que repris par Kruger et Carsrud (1993).....	26
Conclusion.....	27
Chapitre III : PME en Algérie: État de lieux	
Introduction.....	29
Section 1 : généralité sur les PME.....	29
1.1. La définition de la PME.....	29
1.2. Définition des PME en Algérie.....	30
1.3. Aperçu statistique des PME en Algérie.....	31
1.4.1. Analyse des PME en niveau national.....	32
1.4.1. Evolution de la population globale des PME.....	33
1.5. Analyse des PME en niveau de la wilaya de Bejaia.....	33
1.5.1. La population des PME privées au niveau de la wilaya de Bejaia.....	33

## Table des matières

1.6.Caractéristique des PME de la wilaya de Bejaia.....	34
1.6.2. La répartition des PME selon le secteur d'activité.....	35
Section 2 : Formation et entrepreneuriat.....	36
2.1.Evolution de dispositifs d'aide à la création d'emplois de PME de Bejaia .....	37
2.1. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune.....	38
2.3. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage.....	39
Conclusion .....	41
Chapitrev VI : Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia .....	43
Introduction.....	43
Section 1 : Présentation de université de Bejaia .....	43
1. Présentation de l'université de Bejaia.....	43
2.Les information concernant la faculté des science Economique ,Commerciales et des science de Gestion(SECG).....	43
2.1.Les formation de science économique et gestion et commerciales .....	44
Section 2:Analyse des résultats de l'enquête de terrain.....	44
1.la démarche méthodologique de l'enquête .....	44
1.2. Méthodologie de recherche .....	44
1.3. Analyse de contenu de questionnaire .....	44
1.4. Déroulement de l'enquête.....	45
1.5.La taille d'echantillon.....	45
2.2. Caractéristiques de l'échantillon .....	45
1. Le sexe.....	45
2. L'âge.....	46
3. Le niveau d'étude et la spécialité de formation.....	46

## Table des matières

4. La situation matrimoniale .....	46
5.L'intention entrepreneuriale des étudiants .....	47
5.1. Analyse l'intention selon le sexe.....	47
5.2. Analyse l'intention selon l'âge .....	48
5.3. Analyse de l'intention entrepreneuriale selon le niveau d'étude.....	49
5.4. Analyse de l'intention selon la spécialité .....	49
5.5. Analyse le niveau de l'intention entrepreneuriale .....	49
6. Le délai de concrétisation de création .....	50
7.Le secteur d'activité.....	51
3. La désirabilité entrepreneuriale .....	51
3.1Attitude vis-à-vis de l'entrepreneuriat : .....	51
3.2. Les motivations entrepreneuriales .....	51
2.3 .Perception de la réussite et de l'échec d'entreprise .....	52
3.4. Norme social.....	53
3.5.Opinion des étudiants sur quelque affirmation .....	53
4 .La faisabilité .....	54
4.1. Capacité entrepreneuriale .....	54
4.2. Influence de l'entourage .....	54
4 .3.Impacte de formation.....	55
4.4.Obstacle l'entrepreneuriat.....	55
4.5. Les source de financement .....	56
Conclusion.....	60
Conclusion générale.....	61

Bibliographie

# Table des matières

Liste des tableaux

Liste des figures

Annexe

Résumé

## 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 révélé que les étudiants de université de Bejaia ayant l'intention entrepreneuriale.

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

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.

**Mots clés :** Intention Entrepreneuriale, Entrepreneuriat, Attitude. Normes sociales.

## 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.

**Key words:** Entrepreneurial intent, Entrepreneurship, Attitude.

