

Université Abderrahmane Mira Bejaïa  
Faculté des sciences économiques, commerciales, et des sciences de gestion



جامعة بجاية  
Tasdawit n'Bgayet  
Université de Béjaïa

## Mémoire fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de  
Master en sciences de gestion  
Option : Entrepreneuriat

### *Thème*

Essai d'analyse de l'impact de la formation  
universitaire en entrepreneuriat sur l'intention  
entrepreneuriale :

Cas des étudiants de l'université de Bejaïa

Réaliser par :

OURARI Dyhia

dirigé par :

M<sup>me</sup> KIROUANE

Devant les jurys :

Président : M<sup>me</sup> MEZIANI

Examineur : M<sup>me</sup> MEKHMOUKH

Encadreur : M<sup>me</sup> KIROUANE

Juin 2019

## *Remerciement*

*En tout premier lieu, on remercie le bon dieu tout puissant, de nous avoir donné la force pour survivre, ainsi que l'audace pour dépasser toutes les difficultés.*

*Notre plus grande gratitude va à notre encadreur Madame KIROUANE, pour sa disponibilité permanente, la confiance qu'elle nous a accordée, et ses précieux conseils qui nous ont menés à bien ce travail.*

*Nos remerciements s'adressent à tous nos enseignants de la faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales pour leurs encouragements.*

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

*Nos grâces et remerciements également vont aux étudiants que nous avons enquêtés, pour avoir accepté de collaborer à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.*

**DYHIA**



# *Dédicace*

*Je dédie ce travail à :*

*A la mémoire de mon père, que dieu l'accueille dans  
son vaste paradis ;*

*A ma très chère mère qui ma soutenu tout au long de  
mon existence et bien sur mes tentes.*

*A mes très chères frères : Yanis et Rayan.*

*A mes sœurs : Thiziri, Sara et m'adorable princesse  
Aya.*

*A mes très chères copines : Yasmina B, Nadia,  
Yasmina K, Narimaine , Thafsouth et cherifa dont  
nous avons partagé les meilleurs et les plus agréables  
moments.*

*A mon cher Mohamed merci pour la joie que tu  
me procure et merci infiniment pour tes précieux  
conseils et ton aide pour réaliser ce travail.*

**DYHIA**

## Liste des abréviations

---

### Liste des abréviations

**ALN:** Armée de Libération Nationale

**CA:** Chiffre d’Affaire

**CAP:** Croissance Autonomie Pérennité

**GEM:** Global Entrepreneurship Monitor

**INES:** Instituts Nationaux D’enseignement Supérieur

**OCDE:** Organisation de Coopération et de Développement Economique

**PIB:** Produit Intérieur Brut

**PIC:** Pérennité Indépendance Croissance

**PME:** Petite et Moyenne Entreprise

**TD:** Travaux dirigé

**TIC:** Technologies de L’information et de la Communication

# Sommaire

---

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Liste des abréviations</b>                                                   |           |
| <b>Introduction générale.....</b>                                               | <b>01</b> |
| <b>Chapitre I : Cadre théorique de l'entrepreneuriat</b>                        |           |
| Introduction .....                                                              | 04        |
| <b>Section1 : Concept relative à l'entrepreneuriat .....</b>                    | <b>04</b> |
| <b>Section 2: L'acteur principal de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur.....</b> | <b>17</b> |
| Conclusion.....                                                                 | 25        |
| <b>Chapitre II : L'intention entrepreneuriale</b>                               |           |
| Introduction .....                                                              | 26        |
| <b>Section1: L'intention entrepreneuriale .....</b>                             | <b>26</b> |
| <b>Section02 : Les modèles de l'intention entrepreneuriale.....</b>             | <b>31</b> |
| Conclusion.....                                                                 | 41        |
| <b>Chapitre III : Présentation des données et analyse des résultats</b>         |           |
| Introduction .....                                                              | 42        |
| <b>Section1 : Présentation de l'université de Bejaia .....</b>                  | <b>42</b> |
| <b>Section2 : Analyse des résultats de l'enquête des résultats .....</b>        | <b>46</b> |
| Conclusion.....                                                                 | 65        |
| <b>Conclusion générale .....</b>                                                | <b>66</b> |
| Bibliographie                                                                   |           |
| Liste des tableaux                                                              |           |
| Liste des figures                                                               |           |
| Annexe                                                                          |           |
| Résumé                                                                          |           |

# **Introduction Générale**

## Introduction Générale

Depuis les années 1980, un nouveau contexte est apparu dans le paysage économique, qui est un phénomène vital pour la société par sa contribution à la régénération et au développement de l'économie. Ce contexte qui est l'entrepreneuriat est considéré comme étant l'un des leviers stratégiques qui permet d'améliorer la compétitivité d'un pays, de favoriser la croissance économique et d'accroître la possibilité d'emploi et de créer la richesse. Il représente une formidable machine de valorisation de connaissance et de transfert de technique. Il procure à l'attachement de l'engouement aux individus qui veulent s'orienter vers une carrière entrepreneuriale et créent leur propre emploi ou entreprise.

Plusieurs auteurs ont essayé de définir ce concept. Filion (1997) est l'un de ces auteurs; pour lui l'entrepreneuriat est un « champ qui étudie la pratique des entrepreneurs: leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales »<sup>1</sup>. Pour Verstraete et Sapporta, «l'entrepreneuriat en tant que champ disciplinaire consiste à chercher de comprendre comment, par qui et avec quelles conséquences les opportunités de créer des biens et/ou services qui n'existent pas encore, sont découvertes, concrétisées et exploitées »<sup>2</sup>.

L'acte entrepreneurial est une démarche de création visant la satisfaction de besoin spécifique de porteur de projet ainsi que la recherche d'une meilleure adéquation avec les besoins de son environnement. Cette création se base sur deux éléments importants : d'abord l'entrepreneur, qui est considéré comme la clef de la richesse grâce à son travail. Ensuite, la décision de création qui s'occupe de la mobilisation et l'allocation de ressource, la recherche d'opportunité, la recherche de la position la plus profitable pour l'entreprise.

La création d'entreprise doit faire aussi l'objet d'un enseignement. Car l'entrepreneuriat est non seulement une pratique et un champ de recherche, mais aussi un domaine d'enseignement, il a été considéré, pendant longtemps, comme une discipline qui ne se prête pas à l'enseignement. Ce n'est qu'à partir des années quatre vingt dix que le rôle du système

---

<sup>1</sup> Filion L.J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E., 1997, vol. 10, n° 2, P156.

<sup>2</sup> Verstraete Thierry et Sapporta Bertrand, « Création d'entreprise et entrepreneuriat », Ed. ADREG, France, 2006, p93.



## Introduction générale

---

éducatif a été reconnu comme un facteur incontournable de diffusion de la culture entrepreneuriale, notamment dans le milieu universitaire.

Pour Fayolle, « l'enseignement de l'entrepreneuriat correspond à l'ensemble des actions de sensibilisation, de stimulation, de formation et d'accompagnement des apprenants qui concourent tout aussi bien à les faire évoluer sur les registres culturel et comportemental qu'à leur transmettre des connaissances et des savoirs utiles pour leur projet de création »<sup>3</sup>.

Il est désormais acquis que le système éducatif doit consacrer une place à part entière à l'enseignement de l'entrepreneuriat afin d'améliorer les aptitudes d'adaptation des individus et des organisations à un environnement de plus en plus globalisé, caractérisé par son incertitude et sa complexité. En effet, l'enseignement de l'entrepreneuriat commence à prendre de plus en plus de place. Ceci peut être justifié par le nombre de recherche et de chercheurs, le nombre des programmes enseignés, et les établissements universitaires spécialisés dans ce domaine. La formation entrepreneuriale dans les écoles et les universités peut modifier les attitudes, changer les comportements et les croyances des jeunes étudiants quant à l'entrepreneuriat, et ainsi leur faciliter l'assimilation et l'accessibilité au phénomène entrepreneuriale (Rasmussen et Sorheim, 2006).

La formation de l'intention entrepreneuriale implique des choix d'action qui expliquent les attitudes des étudiants. En tenant compte des ressources et des contraintes de la voix entrepreneuriale, formulent une idée ou un projet d'entreprise. Ainsi, la reconnaissance d'une opportunité d'affaire est une étape centrale dans la fondation de l'intention entrepreneuriale. Cette dernière est souvent utilisée pour essayer de mieux comprendre l'esprit entrepreneuriale et pour prédire l'acte d'entreprendre. De nombreux chercheurs sont d'accord pour dire que souvent la création d'entreprise est précédée par une volonté ou une intention de créer. Cette intention représente le meilleur prédicateur de l'acte entrepreneurial. Elle est expliquée par plusieurs facteurs qui sont les caractéristiques personnelles de l'individu et d'autres liés au milieu.

En plus, le système éducatif, qui a pour mission de sensibiliser, préparer et former à l'entrepreneuriat, est considéré l'un de ces facteurs qui peut influencer l'intention. Et pour cela nous allons tenter d'éclairer la question principale de notre recherche : *Quel est l'impact*

---

<sup>3</sup>Fayolle A., Filion JL, « Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils », édition Pearson Education France, Paris, 2006, P228.

## Introduction générale

---

*de la formation universitaire en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants ?*

Notre étude consiste à essayer d'analyser l'influence de la formation entrepreneuriale sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de la 3<sup>ème</sup> année licence, master1 et master2 au sein de l'université de Bejaia,

Pour pouvoir répondre à notre question principale, plusieurs autres questions secondaires ont été soulevées, telles que :

- Quels sont les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants ?
- L'intention entrepreneuriale évolue-t-elle pendant la formation universitaire en entrepreneuriat ?

Pour répondre à ces questions nous avons les hypothèses suivantes :

- La formation en entrepreneuriat influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.
- L'existence d'entrepreneur dans l'entourage influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Afin d'affirmer ou d'infirmer nos hypothèses et pour mieux aborder le thème de notre travail, nous avons opté pour une démarche méthodologique, d'une part une recherche bibliographique et d'autre part une enquête sur le terrain.

Ce travail est réparti en trois chapitres contenant deux section chacun:

Le premier chapitre a pour objectif de présenter le cadre théorique de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur. Le deuxième chapitre porte sur l'intention entrepreneuriale et ses modèles théoriques. Et le dernier chapitre sert à présenter l'université de Bejaïa et l'analyse des résultats obtenus de notre enquête.

# **Chapitre I**

## **Cadre théorique de l'entrepreneuriat**

## Introduction

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

Dans ce chapitre qui est le cadre théorique de l'entrepreneuriat, nous aborderons en premier lieu (Section1) le champ de l'entrepreneuriat, et en deuxième lieu (section2) nous aborderons l'entrepreneur, ses caractéristiques et ses objectifs.

### Section1 : Le Concept relative à l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un thème d'actualité, il se présente comme une discipline de construction, un porteur de richesse pour la nation, disons globalement de la valeur, et il est intimement lié à la culture, le système éducatif est évidemment concerné, ce dernier et en particulier le système universitaire joue un rôle primordial dans la création et la diffusion d'une culture entrepreneuriale.

#### 1.1. Définition de l'entrepreneuriat

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène.

Selon Gasse, l'entrepreneuriat s'entend comme « l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, pour créer, développer et implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus »<sup>3</sup>.

Selon Julien et Marchesnay « l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires »<sup>4</sup>.

Selon Verstraete T, « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat

<sup>3</sup> Gasse Y, « entreprendre moderne : attribut et fonctions », revue internationale de gestion, vol 7, n°4,1883, P23.

<sup>4</sup> Julien. P.A et Marchesnay. M ; « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P11.

décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques»<sup>5</sup>.

Tounés A considère « l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux culturels, politiques et économiques qui se manifestent dans un contexte donné »<sup>6</sup>.

D'après Fayolle et Fillion « 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 démarche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancer dans la création et le démarrage d'une entreprise »<sup>7</sup>.

Selon Julien P-A et Cadieux L l'entrepreneuriat « est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi »<sup>8</sup>.

En synthétisant que l'entrepreneuriat est un champ d'étude de l'entrepreneur et désigne aussi l'action d'entreprendre, de mener à bien un projet.

## **1.2. Les conceptions de l'entrepreneuriat**

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

### **1.2.1. L'entrepreneuriat comme un processus d'opportunité**

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. Deux regards peuvent être présentés dans le paradigme de

---

<sup>5</sup>Verstraete T, « histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000, P12.

<sup>6</sup>Tounés A, « l'intention entrepreneuriale, une recherche comparative entre des étudiants suivants des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », thèse de doctorat en science de gestion, université de Paris, France, 2003, P30.

<sup>7</sup>Fillion I-j ; Fayolle A, Op Cite, P254.

<sup>8</sup> Julien P-A, Cadieux L, "La mesure d'entrepreneuriat", Institut de la statistique de la Québec, 4<sup>e</sup> trimestre, 2010, P 17-25.

l'opportunité. Le premier voit dans celle-ci une réalité objective, identifiable en tant que telle. Shane et Venkataraman partagent ce point de vue, selon eux « les opportunités existent dans la nature et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques »<sup>9</sup>. Le second postule que l'opportunité entrepreneuriale est une construction naissant des interactions et des confrontations entre un individu et un environnement. L'opportunité se modèle au cours du processus de création de l'activité. Dans ce sens, elle n'est pas le point de départ, l'élément objectif qu'il faut découvrir pour initier ce processus<sup>10</sup> (Fayolle, 2004).

### **1.2.2. L'entrepreneuriat comme un processus d'émergence organisationnelle**

La conception de Gartner (1995) repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. Il porte principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle. Ce concept s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle.

Pour Verstrete (1999), l'entrepreneuriat est vu comme un système complexe et un type spécifique d'organisation qui est inspiré par un entrepreneur. Ce dernier agit pour concrétiser au sein de la structure sa vision de cette organisation. Il est donc indispensable pour lui d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

### **1.2.3. L'entrepreneuriat comme processus de création de valeur**

La création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Pour Bruyat inspiré des travaux de Gartner (1993), l'objet étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est le rapport individu-créateur de valeur. L'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe. La création de valeurs constitue la préoccupation primordiale pour l'entrepreneur. En effet, ce dernier assume les risques majeurs en vue de créer de la valeur quel que soit la nature du bien ou du service produit par l'entreprise.

---

<sup>9</sup> Shane, S. et Venkataraman, S., «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research», The Academy of Management Review, Vol. 25, N° 1, 2000, P220.

<sup>10</sup> Fayolle A., « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre », Dunod 2004, P30.

#### 1.2.4. L'entrepreneuriat comme processus d'innovation

Schumpeter (1911)<sup>11</sup> avait montré dans sa théorie de la dynamique ou de l'évolution, que l'innovation est très importante et constitue la fonction de l'entreprise et celle de l'entrepreneur. Il stipule aussi que l'évolution économique est fondée sur l'entrepreneur et l'innovation, et sans oublier le moteur de cette évolution qui est l'exécution de nouvelles combinaisons. L'entrepreneur est considéré comme le vecteur du développement économique (le célèbre processus de destruction créatrice), alors que l'innovation sera la clé de la stratégie de croissance des entreprises.

En effet, l'activité entrepreneuriale est à l'initiative de l'individu et ce dernier doit chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur l'environnement du marché. Il doit aussi avoir des aptitudes pour mettre en œuvre ces innovations, avec le moindre risque.

### 1.3. Les approches théoriques de l'entrepreneuriat

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

#### 1.3.1. L'approche Trait

L'approche trait à l'entrepreneuriat a été menée par plusieurs théoriciens dans le but de distinguer les entrepreneurs des non entrepreneurs et de déterminer une liste des traits de caractères spécifiques à l'entrepreneur. Cependant, il n'existe pas un accord concernant le nombre des traits ou de leurs validités.

Dej (2007)<sup>12</sup> a souligné des caractéristiques personnelles des entrepreneurs qui ont souvent été liés à des intentions entrepreneuriales et à la réussite entrepreneuriale telles que :

- Le besoin d'accomplissement : désigne que les individus doivent travailler dur pour atteindre le succès.

---

<sup>11</sup> Schumpeter (1911) cité par Marie-Claude Esposito et Christine Zumello, « l'entrepreneur et la dynamique économique, l'approche anglo-saxonne », Ed Economica, 2003, P20.

<sup>12</sup> Dej. D, « motivation to become entrepreneur: in M. Leon & M. Gorgievski, psychology of entrepreneurship research and education », Ed Spain, 2007, P 57-64.

- Le locus de contrôle : c'est l'un des aspects du monde cognitif qui représente l'extension à laquelle les individus se prennent en charge.
- La prise de risque : elle décrit le monde cognitif individuel par rapport à la prise des risques.
- La tolérance de l'ambiguïté : qui décrit la capacité de l'individu à prendre des décisions avec des informations incomplètes.
- La créativité : qui décrit la tendance à l'expérimentation, les essais et les erreurs et enfin la pensée latérale.
- La nécessité de l'autonomie : qui constitue le besoin d'être indépendant et d'avoir le contrôle.
- L'auto-efficacité : décrit les auto-croyances optimistes afin de faire face à une variété des demandes difficiles.

Stevenson et Jarillo (1990)<sup>13</sup> estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneuriat) en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Ce constat est partagé et a conduit les chercheurs à s'intéresser à l'étude des processus entrepreneuriaux.

### 1.3.2. L'approche comportementale

L'entrepreneur a été tenu en haute estime comme un individu ayant la capacité de reconnaître, d'exploiter et d'agir sur les opportunités qui ne sont pas détectées par les autres. C'est un comportement qui regroupe les théoriciens qui cherchent à mieux comprendre l'entrepreneuriat.

L'approche cognitive examine les antécédents du comportement entrepreneurial, et les approches comportementales s'intéressent à ce que les entrepreneurs font. Ainsi, l'objectif de l'approche comportemental en entrepreneuriat consiste à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans le processus complexe de création de nouvelles entreprises. Garner W.B (1988)<sup>14</sup>, a affirmé que les chercheurs doivent observer les entrepreneurs dans le nouveau processus de création d'entreprise et décrit précisément les rôles et les activités qu'ils peuvent exercer.

---

<sup>13</sup> Stevenson et Jarillo cité par A. FAYOLLE, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, P13.

<sup>14</sup> Gartner W.B, « who is an entrepreneur? Is the wrong question », American journal of small business,12(4),1988, 11-32.



### 1.3.3. L'approche cognitive

Les chercheurs sont convaincus que les modèles cognitifs fournissent une puissance prédictive estimée comme plus forte que l'approche de trait dans la recherche sur l'entrepreneuriat. Ainsi, les chercheurs sur les processus cognitifs des entrepreneurs tentent de mieux comprendre le « comment les entrepreneurs pensent ? » et étudient comment les entrepreneurs gèrent l'information. Dans ce contexte Baron. R prouve que certains individus possèdent des structures cognitives adéquates à la détection des opportunités d'affaires potentielles. Cependant, la sensibilité d'un entrepreneur à saisir l'opportunité d'affaire peut varier dans le temps et pour une situation donnée. Ils existent plusieurs questions qui visent à animer l'approche cognitive, dont la principale est « pourquoi certaines personnes deviennent des entrepreneurs tandis que d'autres autant ou plus talentueux ne le sont pas ? ».

L'approche cognitive est tenue comme l'une des nouvelles approches du champ qui met l'accent sur la personne et non pas la personnalité. Alors, l'approche cognitive met l'accent sur la perception entrepreneuriale de l'individu alors que l'approche trait se concentre plus sur la personnalité de l'entrepreneur.

## 1.4. Les formes de l'entrepreneuriat

Le concept de l'entrepreneuriat évolue de jour en jour, et de plus en plus, nous assistons à l'émergence de diverses formes de l'entrepreneuriat, la création pure d'entreprise, développement et croissance d'entreprise, l'essaimage, reprendre une entreprise, l'intrapreneuriat.

### 1.4.1 Création pure d'entreprise

La création d'entreprise ex-nihilo est une forme qui ne repose sur aucune structure préexistante. Elle se base sur une idée innovante et renvoie à une indépendance juridique de la nouvelle entreprise créée par un individu seul ou avec quelques associés. Elle constitue la forme la plus pure d'entrepreneuriat qui exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité pour que les risques soient bien évalués.

### 1.4.2 Essaimage

Daval H (2000) propose la définition suivante : « L'essaimage est un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimant, en bénéficiant de la part de cette

dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec »<sup>15</sup>. L'essaimage est une pratique d'accompagnement entrepreneurial. Il désigne le soutien apporté par une entreprise à ses salariés pour la création ou la reprise d'une entreprise. Ce soutien peut notamment prendre l'un des formes suivantes :

- L'information ;
- D'un accompagnement méthodologique et technique ;
- De formation ;
- D'appui logistique ;
- De soutien financier au porteur de projet ou a l'entreprise nouvellement créée.

### 1.4.3 Reprise d'entreprise

Reprendre une entreprise signifie qu'une personne (ou un groupe de personnes) physique ou une société fasse l'acquisition de la totalité ou d'une partie des actifs et des branches d'activités d'une entreprise tierce. Le repreneur s'engage à assurer l'amortissement du passif et la sauvegarde d'une partie ou de tous les emplois.

### 1.4.4 Développement et croissance d'une entreprise

La croissance de l'entreprise est le développement quantitatif durable c'est-à-dire, la modification de la taille de l'entreprise et le plus souvent du statut juridique de l'entreprise.

### 1.4.5 Intraprenariat

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

Selon la littérature, l'entrepreneuriat peut prendre diverses formes comme le synthétise le tableau suivant :

---

<sup>15</sup>Daval H, (2000, p 92) cité par Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, soutenue en 2005, P8.

**Tableau N°1 : les formes de l'entrepreneuriat**

| Formes entrepreneuriales                      | Définition                                                                                                                                                                           | Sources                                        |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Création pure d'entreprise                    | Une création est pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise.               | Counot et mulic (2004)                         |
| essaimage                                     | Pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certain de ses salariés et les aides à créer leur propre entreprise.                                                      | Office québécois de la langue française (2007) |
| Reprise d'entreprise                          | Achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante.                                                                                                                         | Counot et Mulie (2004)                         |
| Développement et croissance d'une entreprise. | Nouveaux débouchés commerciaux (produit, service, procédés) ou mise en application de meilleur moyen de répondre à la demande du moment.                                             | OCDE (1998)                                    |
| Intrapreneuriat                               | Développement de nouveau projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de l'entreprise. | Carrier(2008)<br>Dumais et coll(2005)          |

Source : Julien, P.A et Cadieux, L, Op Cit, P29

## 1.5. L'importance de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants pour une économie en plein croissance, car l'importance qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques revient essentiellement aux intérêts qu'il apporte à l'économie et à la société :<sup>16</sup>

### 1.5.1 Entrepreneuriat et croissance économique

L'activité entrepreneuriale n'a pas peut être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : qui a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que

<sup>16</sup> Verstraete T, Op. Cit, 2006, P 22.

dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

### **1.5.2 Entrepreneuriat et création d'emploi**

La création d'entreprise est considérée comme un des remèdes au chômage et la lutte contre la pauvreté, pour un grand nombre de créateurs, l'installation d'une entreprise représente avant tout la possibilité de sauver ou de créer son propre emploi, et d'avoir une stable situation. En effet l'entrepreneuriat constitue un moteur de création d'emploi.

### **1.5.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise**

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par réactivation et le redémarrage d'entreprise ce qui permet de constituer un contre poids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

### **1.5.4 Entrepreneuriat et innovation**

La fonction d'innovation est importante, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

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

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

## **1.6 L'enseignement de l'entrepreneuriat aux universités**

L'enseignement de l'entrepreneuriat s'avère primordial afin d'encourager le lancement d'activités innovantes et promouvoir une culture favorable à l'entreprise et au développement

des petites et moyennes entreprises. Selon de nombreux auteurs, notamment Béchard J-P (2000), Fayolle A (2000), Verstraete T (2000), l'entrepreneuriat peut faire l'objet d'un enseignement académique et pratique, comme la plupart des champs appartenant aux sciences de gestion. Pour Katz J-A (1990), « L'enseignement de l'entrepreneuriat est l'une des formes les plus évidentes préparant les individus pour accéder à la création d'entreprise »<sup>17</sup>.

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

### **1.6.1 L'importance et les avantages de la formation en entrepreneuriat**

Les universités sont les meilleurs endroits pour l'innovation ainsi que des endroits naturels pour la rencontre entre le savoir et la pratique. Pour cela, l'université est sans cesse appelée à renforcer ses liens entre ses recherches et l'environnement des entreprises. Donc elle doit être en interaction permanente avec les changements environnementaux. De même, elle est la première responsable de la production d'hommes et de femmes innovants, qui devraient être à la hauteur pour la promotion d'une économie basée sur le savoir. Les programmes de formation à l'entrepreneuriat peuvent viser différents résultats :

Le premier résultat attendu est le développement de l'envie d'entreprendre chez les étudiants. A ce stade, l'étudiant saura que la création d'entreprise peut représenter une option de carrière. Le deuxième résultat attendu est que cet étudiant va apprendre les méthodes de gestion d'une entreprise qui l'aideront à développer ses aptitudes entrepreneuriales nécessaires pour la compréhension du monde des affaires, savoir détecter et exploiter une opportunité d'affaire et connaître mieux l'environnement des entreprises.

L'importance des universités dans l'enseignement de l'entrepreneuriat réside dans le développement de l'esprit entrepreneurial car elle permet à l'étudiant de canaliser des

---

<sup>17</sup> Katz, J.A, « longitudinal analysis of self-employment follows through », International Journal of entrepreneurship and regional development, 1990, volume 2, P17.

perceptions et des attitudes en vue d'atteindre des comportements souhaités. Autrement dit, le milieu universitaire peut promouvoir un environnement entrepreneurial offrant des conditions favorables pour la sensibilisation à l'entrepreneuriat et la détection des étudiants entrepreneurs potentiels. En outre, il constitue un cadre permettant de faciliter leur intégration dans la sphère professionnelle à travers la création de passerelles entre universités et porteurs de projets.

### **1.6.2 Les meilleures pratiques pouvant promouvoir l'esprit d'entreprise au sein de l'université**

Les meilleures pratiques pouvant promouvoir l'esprit d'entreprise au sein de l'université se résument en la création d'un certain nombre d'entités qui travaillent en principe en réseau.

#### **A. Création d'un pôle d'enseignement dédié à l'entrepreneuriat :**

Un pôle d'enseignement a comme vocation le développement de l'esprit entrepreneurial des jeunes et à intégrer l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les parcours universitaires. Le challenge pour ce pôle d'enseignement est de créer et fédérer un réseau national composé de publics différents (universités, écoles, structures de création d'entreprise, chercheurs, entrepreneurs.etc.).

Ce réseau a pour mission la diffusion de la meilleure pratique en matière de sensibilisation en entrepreneuriat, c'est-à-dire, l'échange d'informations et d'expériences, des actions de formation pour les enseignants et l'implication des professionnels dans l'enseignement et l'accompagnement entrepreneurial. Le but est d'associer plusieurs autres établissements de l'enseignement supérieur et des réseaux professionnels à travers plusieurs activités dans la formation en entrepreneuriat, et d'organiser des journées de sensibilisation et des tables rondes sous forme de discussions et surtout d'offrir un meilleur accompagnement, un suivi et un conseil pour les porteurs de projets.

#### **B. Création d'une maison d'entrepreneuriat**

Développer une culture entrepreneuriale chez les étudiants et assurer l'émergence des nouvelles vocations d'entrepreneuriat est la mission des maisons d'entrepreneuriat créées au sein de l'université. Cette maison pourra sensibiliser et diffuser la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur et surtout amplifier et mutualiser les actions de formations. La maison est un espace inter-établissements de l'enseignement supérieur dédié à la connaissance de l'entreprise et à l'aide de la création d'activités. Elle est en même temps,

centre de ressource où l'étudiant trouve l'information et peut-être conseillé et orienté. Ainsi, la maison organise des séminaires, des journées d'études sur des thématiques bien précises où chercheurs enseignants et professionnels se rencontrent pour dialoguer et essayer d'avancer.

La maison peut accueillir aussi des diplômés ou des porteurs de projet pour les accompagner dans leurs études et même leurs montrer la trajectoire pour la création d'entreprise et les mettre au courant des dispositifs de création d'entreprise. Cette maison doit mettre en place une banque de données sur l'environnement économique, sur le marché et elle pourra organiser les concours des meilleurs projets et récompenser les gagnants.

### **C. Création d'un centre de carrière**

Un centre de carrière sert d'interface entre l'université et l'entreprise qui permet une remontée des informations, notamment en besoins de formation vers l'université. De même, pour les professionnels, il sert à leur mise en relation avec les chercheurs qui peuvent traiter des problèmes de gestion d'entreprise. La mise en place d'un centre de carrière reliant l'université à l'entreprise facilitera aux jeunes étudiants et diplômés un meilleur ciblage de carrière. Sa création est essentielle car elle permet d'avoir un accès permanent, un échange d'information sur les besoins du marché de l'emploi sans que la distance ne soit un obstacle.

Il représente aussi un réseau au sein de l'université pour suivre le développement des étudiants créateurs et aide à une meilleure insertion des étudiants dans un réseau professionnel. Aussi, doit-il se doter d'outils de communication et de banque de données. Ce centre de carrière peut organiser une série de rencontres et d'événements à travers des journées d'informations, de sensibilisation et des ateliers de travail dédiés à l'entrepreneuriat.

### **D. Les pépinières et incubateurs d'entreprises**

L'innovation et l'esprit d'entreprise sont considérés comme les moteurs du développement économique et social. Les décideurs perçoivent de plus en plus d'incubation d'entreprise comme un outil important pour consolider leur compétitivité. Les incubateurs et pépinières d'entreprises peuvent également jouer un rôle décisif dans le développement de nouveaux secteurs économiques (notamment le secteur des technologies de l'information et de la communication), qui à leur tour contribuent à accroître la productivité. Les incubateurs sont des structures d'appui à la création d'entreprise. Ils réunissent des ressources spécialisées dédiées à l'accompagnement et à l'assistance des entreprises avant leur création.

Ils comprennent en général, un service administratif, des structures de conseil et de mise en relation avec les réseaux d'affaires notamment financiers.

### **E. L'organisation de concours des meilleurs projets**

Parmi les objectifs des concours, nous citons :

- La participation au développement de l'entrepreneuriat au sein des universités.
- La sensibilisation et l'encouragement des étudiants à la création d'activités innovantes.
- La promotion des projets ayant une valeur ajoutée.
- La création d'une envie d'entreprendre chez les étudiants à travers l'émergence d'esprit de compétitivité.

### **F. Former à l'entrepreneuriat mais autrement**

Etant donné la complexité de l'acte d'entreprendre, le nombre important de facteurs pouvant intervenir et surtout les changements environnementaux qui peuvent surgir à tout moment, la formation à l'entrepreneuriat doit avoir ses spécificités. Pour cela, les enseignants doivent utiliser des méthodes interactives, de simulation et recourir aux TIC.

Lors d'ateliers de formation, les jeux de simulation sont des méthodes efficaces de sensibilisation, car ils améliorent la capacité des participants à analyser les situations réelles et les rendent plus familiers avec les rôles. Les jeux de simulation business sont des méthodes effectives pour apprendre comment gérer les processus d'affaires dans une entreprise moderne. L'étudiant peut jouer le rôle d'un chef d'entreprise qui doit prendre des décisions dans les conditions de concurrence sur le marché. De nos jours, on parle de simulations comportementales en entrepreneuriat qui sont des activités expérientielles dans lesquelles une situation d'affaires est créée et conçue pour amener les étudiants à expérimenter certains comportements et le développement de certaines aptitudes et habilités entrepreneuriales.

### **G. Implication des professionnels**

L'implication des professionnels dans la mise en place des programmes notamment dans l'enseignement de l'entrepreneuriat est un atout majeur pour l'université. D'un autre côté, leur pouvoir d'accompagner les porteurs de projets, de les conseiller et de les suivre est aussi une pratique de promotion de l'entrepreneuriat au sein de l'université.



## H. Coopération avec d'autres universités

La coopération avec d'autres universités vise comme objectif la mise en place des programmes et l'organisation des séminaires, des journées d'études, des concours de meilleurs projets et surtout la formation des formateurs.

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

L'entrepreneur est un acteur indispensable dans le développement socio-économique qui contribue à l'innovation et la mise en œuvre de nouvelles stratégies, il est considéré comme un individu ayant des qualités distinctes.

### 2.1. Définition de l'entrepreneur et ses caractéristiques

Il existe plusieurs définitions du concept d'entrepreneur que nous allons exposer dans ce qui suit.

#### 2.1.1. Définition de l'entrepreneur

L'entrepreneur est désormais vu comme le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socio-économiques, en accomplissant les fonctions suivantes : prendre de risque, de décision, innover, identifier les opportunités d'affaires, employer des facteurs de production.

Cantillon R.<sup>18</sup> Est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risque dans le processus entrepreneurial. Pour lui l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques.

Jean-Baptiste Say est le deuxième économiste qui a défini l'entrepreneur, Il l'a présenté comme coordinateur, l'entrepreneur met a profit les facultés les plus élevées et les plus humbles de l'humanité. Il reçoit des directions du savant et les transmet à l'ouvrier. L'entrepreneur est l'acteur essentiel de l'activité économique, il doit savoir prévoir, organiser, commander, coordonner, contrôler et gérer au quotidien son entreprise. « L'entrepreneur est

---

<sup>18</sup> Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011, P19.

l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production »<sup>19</sup>.

Schumpeter, J(1928)<sup>20</sup> dit que l'entrepreneur peut être à la fois savant et ouvrier. Aussi, la recherche de profit n'est pas la motivation principale la joie de gagner et créer est pleinement satisfaisant que la recherche de profit. Pour lui l'entrepreneur est celui qui innove et prend des risques en même temps.

Louis jacques Filion (1988) définit l'entrepreneur comme « une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il/elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il/elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il/elle continue de jouer un rôle entrepreneurial »<sup>21</sup>.

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

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

<sup>19</sup> Say J-B, (1972), cité par A. Tounès, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003, p 06.

<sup>20</sup> Schumpeter J.A, « théorie de l'évolution économique », Ed Dolloz, Paris, 1938, P84.

<sup>21</sup> Filion L J, Op.Cit, 1997, P19.

|                      |                                                                                                       |                         |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| L'école de processus | Un entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter. | Bygrave et Hofer (1991) |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|

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

Dans un esprit de synthèse nous pouvons dire que l'entrepreneur c'est un individu qui a le courage de concrétiser ses rêves, d'assumer les risques et d'utiliser son plein potentiel de créativité pour innover et aussi qui voit la possibilité des solutions là où les autres voient des obstacles.

### 2.1.2. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Dans l'évolution historique du concept d'entrepreneuriat, Cunningham et Lischeron(1991) distinguent six écoles de pensée en entrepreneuriat. La conception de ces auteurs repose sur la combinaison des philosophies des différentes écoles de pensée à propos de l'entrepreneur. L'objectif de chacune d'elle est d'apporter une vision nouvelle dans la description des caractéristiques de l'entrepreneur et de ses compétences. Quoi qu'il en soit, il s'avère important de jeter un regard sur les compétences de l'entrepreneur comme élément central du processus.

- *L'école des « grands hommes »* voit que les grands entrepreneurs sont des êtres exceptionnels, intuitifs, à l'instinct inné, qui sont aussi de grands leaders et ont besoin des qualités de leadership pour réussir (capacité de présenter ses idées, ses visions, habilités intuitives pour bien « sentir » les problèmes, instinct, etc.) On peut conclure qu'il existe pour les défenseurs de cette école, une personnalité « entrepreneur inné » qui émerge en dépit d'un environnement ou d'une culture non propice au développement de l'esprit d'entreprise.
- *L'école des caractéristiques psychologiques* met l'accent sur les caractéristiques personnelles et les valeurs propres aux entrepreneurs. A la différence de l'école des grands hommes, cette école articule son originalité autour des caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur telles que les attitudes, les besoins. Les défenseurs de cette école croient que certains besoins et valeurs individuelles sont les conditions préliminaires nécessaires à l'entrepreneuriat.
- *L'école classique* s'intéresse principalement à la création de nouvelle organisation, à la réalisation de nouvelles combinaisons et l'exploitation des opportunités. Elle stipule que

la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation, la créativité, la prise de risque et l'introduction de nouvelles combinaisons des moyens de production.

- *L'école du leadership* recommande, pour l'entrepreneur, des capacités à adapter leur style aux besoins des autres : se sont des leaders. L'entrepreneur joue donc un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Il sait animer ses équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers la réalisation des objectifs.
- *L'école du management* dont Stevenson et Gumpert (1985), Churchill et Lewis (1983) et Lefebvre (1991) seraient de bons exemples, regardent les qualités nécessaires à l'entrepreneur pour, d'une part, bien gérer la croissance de sa nouvelle entreprise (planification, organisation, budget) et, d'autre part, faire en sorte que des gens le suivent dans sa vision (motivation des autres).
- *L'école de l'intrapreneurship* l'intrapreneuriat, en tant que développement « d'unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits » (Fayolle, 1999), permet aux entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines. Les compétences entrepreneuriales peuvent ainsi être utilisées avec profit dans les organisations existantes.

Il n'existe pas de profil-type de l'entrepreneur tout comme il n'y pas d'âge pour se lancer dans l'aventure de création d'entreprise. Aucune exigence n'est associée au niveau de revenu, ni de spécificité de sexe, ni d'origine ethnique n'en sont des facteurs explicatifs. Les niveaux d'éducation et les types d'expériences des entrepreneurs sont divers. Cependant les études récentes ont montré que la plupart des entrepreneurs ont des caractéristiques et des traits de personnalités similaires, nous pouvons les synthétiser dans le tableau ci-dessous :

**Tableau N°3 : Synthèses des caractéristiques et qualités d'entrepreneur**

| Caractéristiques                                                  | Qualités                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Confiance en soi                                                  | Croit en ses propres capacités<br>Indépendant<br>Optimiste                          |
| Volonté déterminée                                                | Obstiné et persévérant<br>Déterminé                                                 |
| Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre | Soucieux de la réussite<br>Bouillant, dynamique, énergique<br>Prend des initiatives |

|                         |                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Acceptation des risques | Prend des risques calculés<br>Aime les défis                                                                                                                        |
| Etoffer d'un chef       | Bon communicateur<br>Bon contact avec les autres<br>Attentif aux suggestions et aux critiques<br>S'intéresse aux autres<br>Concerné par le développement des autres |
| originalité             | Innovateur, créatif<br>Souple et ouvert d'esprit<br>Ingénieux<br>S'adapte rapidement et facilement                                                                  |
| Tourné vers l'avenir    | Prévoyant<br>Visionnaire<br>intuitif                                                                                                                                |

**Source:** Bayad M; Boughattas Y; Schmitt C, (2006), cite par Berreziga Amina et Meziane Amina « la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs Algériens », colloque national, P6.

## 2.2 Les typologies de l'entrepreneur

Dans la littérature en entrepreneuriat, différents auteurs présentent une typologie des entrepreneurs selon leurs objectifs, leurs motivations et leurs caractéristiques

Smith(1967) est l'un des premiers à présenter une typologie d'entrepreneur, elle comprend deux types d'entrepreneurs :

- L'entrepreneur artisan a un niveau d'éducation limité et peut d'expérience mais une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur.
- L'entrepreneur opportuniste a un niveau d'éducation plus élevé et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses. Il ne refuse aucunement la croissance et ne craint pas perte du contrôle de son entreprise.

Jacqueline Laufer (1975), a établi une typologie d'entrepreneurs au sein de laquelle quatre catégories sont identifiées :

- L'entrepreneur manager ou innovateur : Ce type d'entrepreneur est motivé par les besoins de créateur, de réalisation et de pouvoir. Ses buts s'articulent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation.
- L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance : L'objectif de croissance est également présent pour cet entrepreneur, mais l'autonomie financière représente également un objectif important et la recherche d'équilibre entre croissance et autonomie constitue une préoccupation permanente.
- L'entrepreneur orienté vers l'efficacité: Cet entrepreneur choisit clairement un objectif d'indépendances et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire.
- L'entrepreneur artisan : On retrouve dans cette approche une figure d'entrepreneur déjà évoquée. La motivation centrale est le besoin d'indépendance et l'objectif essentiel est la survie de l'entreprise. À cet égard, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.

Julien et Marchesnay (1988, 1992 & 1996) proposent une classification considérée comme majeure au sein de l'entrepreneuriat francophone en se fondant sur le classement hiérarchique des aspirations de l'entrepreneur vis-à-vis de son entreprise. Ces auteurs distinguent :

- Les entrepreneurs PIC : qui ont, dans l'ordre, des aspirations à la pérennité, à l'indépendance et à la croissance. L'entrepreneur PIC accorde la priorité à la pérennité de l'entreprise. Il est réticent à l'entrée d'investisseurs au sein du capital de son entreprise et enfin la croissance ne constitue pas pour lui un objectif prioritaire.
- Entrepreneurs CAP qui ont, dans l'ordre, des aspirations à la croissance, à l'autonomie et à la pérennité. L'entrepreneur CAP, quant à lui, est présenté comme plus opportuniste. Il est amené à faire des coups pour rechercher un profit élevé et rapide malgré les risques liés à ce comportement.

A ces descriptions de différentes typologies, il y a encore d'autres qui sont synthétisées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°4 : Typologies d'entrepreneurs

| Auteurs           | Date | Typologies                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Collins et Moore  | 1970 | Deux types d'entrepreneurs :<br>1. L'entrepreneur administratif<br>2. L'entrepreneur indépendant                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Miles et Snow     | 1978 | Quatre types d'entrepreneurs :<br>1. Le prospecteur<br>2. L'innovateur<br>3. Le suiveur<br>4. Le réacteur                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Vesper            | 1980 | Au moins 11 types d'entrepreneurs :<br>1. Travailleurs autonomes travaillant seuls<br>2. Bâisseurs d'équipes<br>3. Innovateurs indépendants<br>4. Multiplicateurs de modèle existants<br>5. Exploitants d'économie d'échelle<br>6. Rassembleurs de capitaux<br>7. Acquéreurs<br>8. Artistes qui achètent et vendent<br>9. Constructeurs de conglomérats<br>10. Spéculateurs<br>11. Manipulateurs de valeurs apparentes |
| Carland, Hoy      | 1988 | Deux types d'acteurs organisationnels :<br>1. L'entrepreneur<br>2. Le propriétaire de PME                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Lafuente et Salas | 1989 | Quatre types de nouveaux entrepreneurs :<br>1. Artisan<br>2. Orienté vers le risque<br>3. Orienté vers la famille<br>4. Managérial                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Filion            | 1998 | Deux types d'entrepreneurs :<br>1. Opérateur<br>2. visionnaire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

Source: Thierry VERSTRAETE, Op.Cit, 2000, P 256.

## **2.3 Les objectifs de l'entrepreneur**

« L'objectif est un jalon dans la réalisation d'un but » (Koenig, 1990)<sup>22</sup>, en ce sens, l'objectif est un mode opératoire choisi par l'entrepreneur pour lui permettre de réaliser la vision stratégique qu'il a du développement de son entreprise.

### **2.2.1 La satisfaction des clients et la qualité**

Comme toute entreprise l'entrepreneur essaie avant toute chose de satisfaire ses clients, voire d'améliorer le service à la clientèle, développer une image de l'entreprise passe une démarche de qualité : qualité de produit, qualité de la gestion, qualité des conditions de travail.

### **2.2.2 L'indépendance financière**

Un objectif primordial dans le cadre de la PME est le maintien de l'indépendance économique et financière. Cette volonté d'indépendance suppose la recherche d'une sécurité financière et d'avantages financiers qui évitent une dépendance vis-à-vis de personne extérieur de l'entreprise.

### **2.2.3 La croissance du CA et la croissance des bénéfices**

Une des finalités principales recherchées par les entrepreneurs est la croissance de leurs entreprises. Cette croissance de l'organisation s'évalue la plupart du temps par l'intermédiaire du chiffre d'affaire ou des bénéfices. L'objectif principal reste d'assurer une rentabilité financière suffisante pour couvrir les charges financières de l'entreprise.

---

<sup>22</sup> Koenig G, « management stratégique-vision, manœuvre et tactique », Edition Nathan, 1<sup>er</sup> édition, Paris, 1990, P400.



**Conclusion**

En guise de conclusion pour ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue sur l'aspect théorique de l'entrepreneuriat. Nous rappelons que l'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène hétérogène et complexe ; l'acteur principal de celui-ci est l'entrepreneur qui a connu une évolution à travers le temps, il joue un rôle économique actif, non seulement en création d'entreprise, mais aussi en organisant et planifiant la production et en assumant tout les risques.

# **Chapitre II**

## **L'intention entrepreneuriale**

## Introduction

Depuis les années 1980, l'intention et les modèles d'intention ont été au cœur de nombreux travaux du domaine de l'entrepreneuriat. Ces modèles cherchent à expliquer l'émergence du comportement entrepreneurial. Les auteurs qui s'inscrivent dans ce courant partent du postulat que la création d'une entreprise est un processus planifié et intentionnel (Shapero et Sokol, 1982 ; Bird, 1989 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Autio, 1997).

L'intention apparaît comme un meilleur prédicateur du comportement tel que les attitudes, les croyances ou d'autres variables psychologiques ou sociologiques (Krueger et Carsrud, 1993). Autrement dit les attitudes et les croyances prédisent les intentions qui, à leur tours, prédisent le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). L'intention peut être vue comme un catalyseur de l'action entrepreneuriale.

Nous consacrerons ce chapitre à présenter l'intention entrepreneuriale dans la première section et les modèle d'intention entrepreneuriale dans la deuxième section.

## Section1: L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale est le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté d'une personne de créer une entreprise. Cette volonté est influencée par la personnalité ainsi que les croyances de l'individu sur le milieu environnement.

### 1.1 Définition de l'intention et quelques autres concepts

Au sein du champ de l'entrepreneuriat, plusieurs chercheurs se sont intéressés à la phase intentionnelle du processus de création d'entreprise. Pour cela, Il nous a paru intéressant d'illustrer le concept d'intention entrepreneuriale.

#### 1.1.1 Définition de l'intention entrepreneuriale

Le terme intention vient du verbe latin *intendere* qui signifie «tendre vers». Le mot intention signifie donc littéralement « action tendre vers quelque chose ».

En entrepreneuriat, « intention » est un terme qui a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs, Bird (1988) écrit que « l'intention est un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu »<sup>23</sup>.

Pour Ajzen (1991), sont des « indicateurs de volonté d'essayer, une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Cette volonté d'agir amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement de son but »<sup>24</sup>. Boyd et Vozikis (1994) considèrent que l'intention est basée à la fois sur la façon par laquelle les personnes perçoivent leur environnement physique et social, et la manière par laquelle ils anticipent les conséquences futures de leur comportement (attitudes, perceptions et efficacité personnelle). Le développement historique de chaque individu est à l'origine des perceptions, attitudes, croyances et préférences qui influencent l'intention. En effet, le produit du passé historique d'un individu (dérivé d'événements personnels ou d'une réaction à une stimulation environnementale) est un stockage d'informations qui seront véhiculées à travers des processus cognitifs pour se transformer en attitudes, perceptions et une forme d'efficacité personnelle envers l'action.

Selon Tounès (2003), l'intention est une « volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique »<sup>25</sup>.

L'intention est une manifestation mentale qui implique une volonté d'atteindre un certain but tel que la création d'entreprise<sup>26</sup>, Bourguiba, 2007.

L'intention entrepreneuriale est présumée prédire, bien qu'imparfaitement, le choix des individus de fonder leurs propres entreprises. En effet, la décision de démarrer une nouvelle entreprise suppose qu'elle soit planifiée par un individu depuis un certain temps et donc qu'elle soit précédée d'une intention raisonnée de le faire.

---

<sup>23</sup> Bird (1988), cité par Léna. S, « l'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban », thèse en ligne université de Nancy2, Paris 2011, P66.

<sup>24</sup> Ajzen (1991), cité par Léna. S, idem, P65.

<sup>25</sup> Tounès A(2003), Op.Cit, P58.

<sup>26</sup> Bourguiba M, « De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes », Gestion et management, Université Nancy 2, 2007, P28.

### 1.1.2 Définition de quelques concepts

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

#### A. 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>27</sup>. L'esprit d'entreprise signifie un engagement d'un individu à mettre en œuvre des ressources, prendre des responsabilités et il traduit une forte orientation vers la recherche d'opportunités et les initiatives créatrices de valeurs.

L'OCDE considère que « l'esprit d'entreprise est fondamental pour le fonctionnement des économies de marché. Dans ces économies, l'entrepreneur est le vecteur du changement et de la croissance. Son action peut contribuer à accélérer l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées novatrices. De ce fait, il permet non seulement une utilisation rationnelle des ressources mais aussi un élargissement du champ de l'activité économique. Les économistes ne se bornent pas à rechercher les opportunités économiques susceptibles d'être rentables, ils sont également prêts à prendre des risques pour vérifier le bien-fondé de leurs intuitions »<sup>28</sup>.

#### B. La culture entrepreneuriale

A toute occasion et toute circonstance, l'être humain exprime sa culture, cette dernière représente les manières d'être, de penser et d'agir des peuples, transmis de génération en génération. Elle est l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels caractérisant un peuple.

Rocher F et Rocher G (1991) définissent ce concept de la façon suivante « qui parle de culture parle de l'identité, de manière de voir et de percevoir »<sup>29</sup>.

<sup>27</sup> Julien P.A, Marchesnay M, Op.Cit, economica, Paris, 1996, P8.

<sup>28</sup> OCDE, « stimuler l'esprit d'entreprise », Paris, 1998, P11.

<sup>29</sup> Rocher F et Rocher G, « la culture québécoise en devenir : les défis de pluralisme », cité par Oullet, Fernand et Pagé, Michel, « pluriethnicité, éducation et société. Construire un espace commun », institut québécois de recherche sur la culture, 1991, P43.

Selon Toulouse (1990) « une culture entrepreneuriale c'est une culture qui favorise la persévérance et la détermination, une culture qui supporte l'expérimentation, qui tolère que certain individu connaissant des difficultés, des échecs, des faillites, sans rejeter ceux qui ont proposé des projets d'entreprise »<sup>30</sup>.

La culture entrepreneuriale représente l'ensemble des valeurs et des convictions partagées, des savoir-être, des savoir-faire et des savoir-agir qui oriente plus ou moins consciemment le comportement des personnes, des institutions et de la population à l'égard de l'entrepreneuriat.

## 1.2 Place de l'intention dans le processus entrepreneurial

Bygrave et Hofer (1991), a proposé cette définition pour le processus entrepreneuriale : « le processus entrepreneurial englobe toutes les fonctions activités et actions associées avec la perception d'une opportunité et d'une organisation »<sup>31</sup>. Dans ce qui suit, nous allons présenter la place de l'intention au sein de ce processus.

### 1.2.1 Le processus conceptuel : Intention et vision entrepreneuriales

La vision est le principal guide du créateur : « pour choisir une orientation, le dirigeant doit d'abord s'être fait une image mentale d'un état futur possible et souhaitable de l'organisation »<sup>32</sup> (Benavent et Verstraete, 2000, P97). La vision est vue comme une « dynamique de construction mentale d'un futur souhaité et possible pour une entreprise »<sup>33</sup> (Carrière, 1991, P304). Les notions de vision et d'intention ont suscité un intérêt croissant de la part des chercheurs depuis les années quatre vingt. Pour expliquer la vision, en faisant référence au futur, se base souvent sur différents concepts : les images, les schèmes ou encore les représentations mentales. Généralement, une distinction s'impose entre la dimension stratégique et la dimension entrepreneuriale de la vision.

Dans une perspective stratégique, la vision s'inscrit dans l'action et le changement organisationnel. (Westley et Mintzberg 1988) décrivent les visions comme « Complexe, images qui peuvent être plus ou moins conscients, articulées, et réalistes. Elles contiennent les

<sup>30</sup> Toulouse-M « la culture entrepreneuriale », Montréal, 1990, P9.

<sup>31</sup> Bygrave et Hofer (1991), Cité par A. Fayolle (2002), Op. Cit, P05.

<sup>32</sup> Benavent C, Verstraete T, « Entrepreneuriat et NTIC - construction et régénération du Business-model », éd, Histoire d'entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat, Paris, Management et Société, 2000, P97.

<sup>33</sup> Carrière J.B, « la vision stratégique en contexte de PME : cadre théorique et étude empirique », Revue internationale de PME, 4(1), 34-39, 1991, P304.

éléments standards de la stratégie : produits, marchés, conception d'organisations et ainsi de suite»<sup>34</sup>. Même si l'analyse de l'entrepreneur n'est pas au centre de leur travail, pour Westley et Mintzberg, «la vision est conçue comme un modèle théorique de prise de décision stratégique utilisé par l'entrepreneur »<sup>35</sup>. En effet, il considère que la vision stratégique est fortement présente dans l'organisation entrepreneuriale et y est exprimée à travers la personnalité du décideur. Cette vision est ancrée au niveau de l'individu et favorise un mode d'interaction informel faisant de l'organisation entrepreneuriale une structure souple avec une forte réactivité.

Dans le contexte de la création d'entreprise, la vision correspond, selon Amboise et Nkongolo-Bakenda (1993, P18), au « point de départ, à l'idée de création d'une entreprise»<sup>36</sup>. Vesper (1990) suggère qu'avant même de démarrer l'affaire l'entrepreneur développe une vision ou une projection mentale de l'entreprise à créer. A cet égard, Verstraete (2001) montre que la vision correspond à l'articulation des schémas cognitifs relativement au futur que l'entrepreneur souhaite atteindre (sur la base des représentations qu'il se fait de l'organisation impulsée), au réel auquel il se confronte et à ses connaissances. Dès lors, la capacité de l'entrepreneur est de savoir utiliser les images qu'il a de l'organisation qu'il initie (qui n'existe pas originellement) dans différents horizons temporels et dans différentes situations.

Au sein du processus conceptuel, l'intention contient la vision de l'entrepreneur. Il engage une représentation possible des affaires, compte tenu des ressources disponibles. Il fait aussi évoluer cette représentation, au cours de sa mise en acte, en fonction des caractéristiques de la situation et des réponses de l'environnement (Benavent et Verstaete, 2000).

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

Le lien entre intention et action n'est pas une certitude. Danjou (2004) précise, à cet égard, que « la question du lien entre l'intention et l'action d'entreprendre et le passage à l'acte reste largement ouverte de sorte que les modèles proposés aujourd'hui s'avèrent incomplets et ne permettent pas vraiment d'expliquer et encore moins de prédire les actions entrepreneuriales »<sup>37</sup>. Le passage à l'acte requiert l'intervention de plusieurs facteurs qui renforcent ce passage. Les traits de la personnalité, comme le concept de soi et l'orientation de

<sup>34</sup> Westley F.R., Mintzberg H. (1988), «Profiles of Strategic Vision: Levesque and Iacocca» in J. Conger, Kanungo and Associates (ed), Charismatic Leadership, San Francisco, Jossey Bass, 161-211.

<sup>35</sup> Idem.

<sup>36</sup> Nkongolo-Bakenda (1993, P18), cité par Malek Bourguiba, Op.Cit, P26.

<sup>37</sup> Danjou I, «Entreprendre : la passion d'accomplir ensemble », Editions L'Harmattan, 2004, P227.

l'esprit conditionne la formation de plans d'action pour la concrétisation des intentions. Un individu est "orienté vers l'action" s'il cherche à mettre en œuvre un plan d'action. Au contraire un individu est "orienté mentalement" s'il ne forme aucun plan pour changer la situation présente.

« Le pont entre l'intention et l'action est la décision »<sup>38</sup> (Hernandez et Marco, 2006), La décision est considérée comme résultat final et un développement de l'intention. Cette dernière est considérée comme un déterminant immédiat de la pensée et des décisions de création des entreprises. C'est un caractère conditionnel de la décision dans le changement du comportement, le processus de décision peut être appréhendé comme étant un processus mental et cognitif ayant pour finalité une entreprise. Au sein de cette dernière, l'intention occupe une place centrale dans la décision qui est un concept de base des sciences sociales qui s'est imposée peu à peu dans plusieurs champs théoriques.

## **Section02 : les modèles de l'intention entrepreneuriale**

L'intention entrepreneuriale est le fait de comportements d'individus engagés vers la création d'entreprise ou d'organisation. A l'origine de la recherche sur l'entrepreneuriat, la discipline s'est intéressée à l'individu et particulièrement à ses traits de personnalité.

L'intentionnalité est retenue comme une des composantes centrales du processus entrepreneurial. Afin d'expliquer la phase intentionnelle du processus entrepreneurial, il est indispensable de mener un support théorique .En effet, la revue de littérature a attiré l'attention sur les modèles d'intention entrepreneuriale qui seront présenter dans le premier titre.

### **2.1 Les modèles de l'intention entrepreneuriale**

L'approche de l'intention entrepreneuriale fait l'objet de plusieurs modélisations théoriques explicatives de la formation du comportement entrepreneurial. La théorie du comportement planifié est l'un des cadres théoriques servant à justifier l'importance de l'intention dans la compréhension de l'acte entrepreneurial. Cette théorie a été appliquée avec succès par des sociologues et des chercheurs en marketing, en montrant que l'intention est le meilleur élément prédictif du comportement entrepreneurial (Kolvereid et Isaksen, 2006;

---

<sup>38</sup> Hernandez E.M., Marco L, «Entrepreneur et décision, de l'intention à l'acte », Paris, Editions ESKA, 2006, P9.



Souitaris et al, 2007). D'autres théories sont mobilisées par les chercheurs en entrepreneuriat et offrent des cadres intéressants à la compréhension et à l'explication des comportements entrepreneuriaux. Il s'agit essentiellement de la théorie de l'événement entrepreneurial et celle de l'intention d'entreprendre que nous allons détailler dans ce qui suit.

### 2.1.1 Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)

Les travaux de A.SHAPERO et L.SOKOL (1982) sont les plus anciens et certainement ceux qui eurent le plus grand retentissement dans la sphère académique entrepreneuriale. Ces deux auteurs ont élaboré un modèle qui reste la borne de référence dans les recherches en entrepreneuriat qui était vérifié par Krueger (1993). Ils ont modélisé la formation de l'événement entrepreneurial en répertoriant cette modélisation est basée sur l'idée que si l'individu confrontera un changement dans sa vie suite au déclenchement d'un événement, il va prendre une décision en recensant trois groupes de facteurs :

- les déplacements négatifs (licenciement divorce, émigration, insatisfaction au travail...),
- les déplacements positifs (fondation de famille, consommateur, investisseurs...)
- les situations intermédiaires (sortie de l'armée de l'école, de prison ...).

Pour Shapero la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel, il faut pour l'analyser prendre en compte, en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, un certain nombre de facteurs contextuels<sup>39</sup>. Pour cet autour ils sont de trois ordres : la discontinuité, la crédibilité, la faisabilité.

- **La discontinuité ou déplacement, variable de situation** : l'esprit d'entreprendre est le résultat d'une multitude de situations. On oppose général des situations ressenties comme négatives par le créateur potentiel et qualifiées de PUSHES comme le divorce, licenciement, émigration, insatisfaction au travail...etc, et des situations ressenties comme positives et qualifiées de PULLS par exemple la reconnaissance d'une opportunité, Offre d'un mode de financement, rencontre d'un client ou d'un fournisseur. Et les situations intermédiaires comme sortie de l'armée, de l'école, de prison qui sont des événements qui marquent des changements dans les trajectoires de vie des individus et sont à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial.

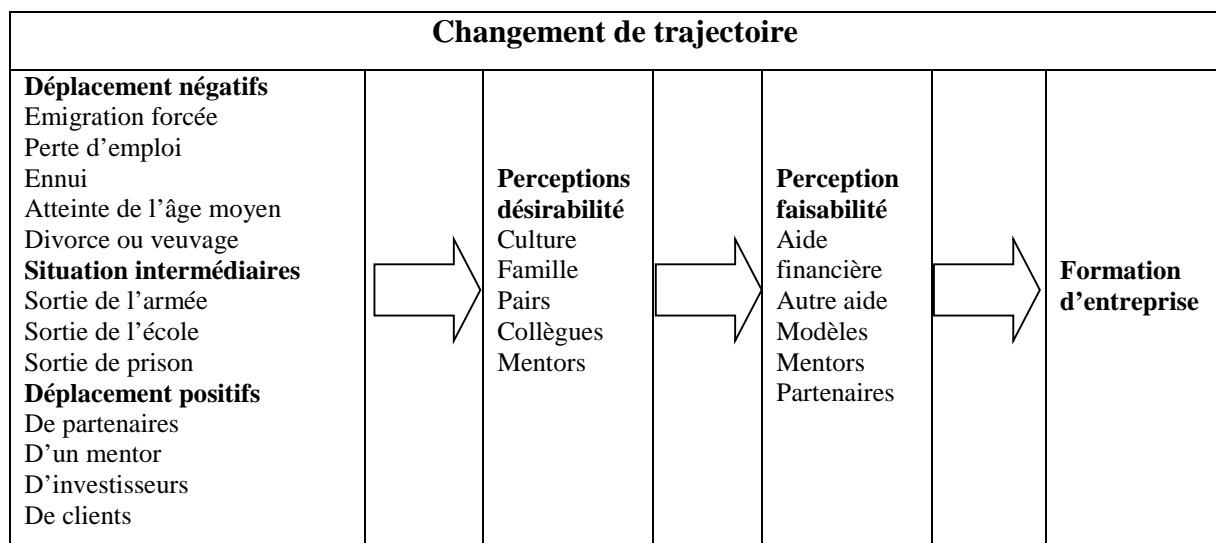
---

<sup>39</sup>Hernandez Emile-Michel, «le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », ed. L'harmattan, Paris 1999, P35.

- **La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : pour Shapero elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise : « pour mettre en place une entreprise nouvelle, différente et novatrice, vous devez être capable de vous imaginer dans le rôle. C'est-à-dire que l'acte doit être crédible »<sup>40</sup>. La présence d'images d'imitation et d'une culture entrepreneuriale développée va favoriser le passage à l'acte. Cette variable sociologique intervient à différents niveaux.

- **La faisabilité de l'acte, variable économique** : pour créer son entreprise l'entrepreneur doit accéder à certaines ressources. Les Américains parlent des 6 « M » de l'entreprise : Money, Men, Machines, Matériels, Market, Management. Parmi ces six ressources l'accent a surtout été mis sur la première, le capital de départ. Belley (1990) indique : « Nous n'avons identifié aucune recherche qui ne confirme l'importance de la disponibilité du capital et qui ne mentionne la carence de capital de démarrage comme étant inhibitive de la création de nouvelle entreprise »<sup>41</sup>.

**Figure n°01 : la formation de l'évènement entrepreneuriale**



Source : Alain Fayolle et Jean-Michel Degeorge, « dynamique entrepreneuriale », Paris, 2012, P110.

**2.1.2 La théorie du comportement planifié d'AJZEN (1991)**

Selon ce modèle, tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné. En d'autres termes, l'intention se caractérise par sa capacité à pousser l'individu à l'action. Ainsi, l'intention peut être interprétée comme un indicateur du niveau d'effort que la personne est prête à fournir pour réaliser le comportement observé (Ajzen, 1991, 181). Cette intention est déterminée par trois éléments : l'attitude qu'a

<sup>40</sup> Hernandez Emile-Michel, 1999, Op. Cit., P37.

<sup>41</sup> Idem, P39.

l'individu à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et la perception du contrôle comportementale

➤ **L'attitude vis-à-vis du comportement**

Désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne, du comportement désiré, (Ajzen, 1991). Cette variable représente l'attractivité du comportement, (Emin et al, 2005). Par exemple, l'attitude envers le risque, amène une personne à considérer de façon positive ou négative le fait de prendre des risques. De même l'attitude envers le succès et l'échec de création d'entreprise favorise ou défavorise la décision de créer une entreprise chez un individu.

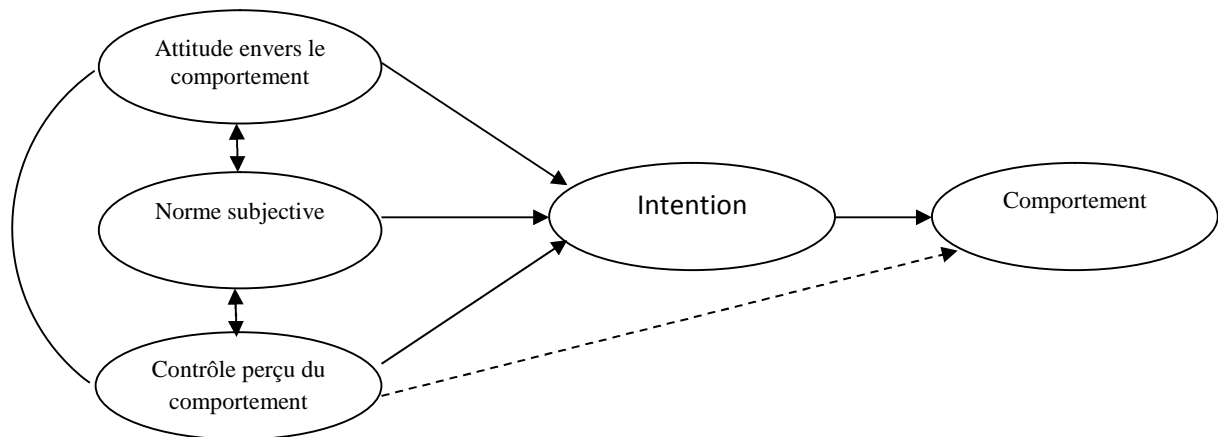
➤ **Perception de norme sociale**

Elle désigne les pressions sociales perçues pour réaliser ou ne pas réaliser un comportement (Ajzen, 1991). En d'autre terme, la norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les amis pensent de ce qu'il voudrait entreprendre, (Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006).

➤ **Le contrôle comportemental perçu**

Selon Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Entre autre, il renvoie à la perception qu'une personne, de la faisabilité personnelle du comportement concerné, (Emin et al, 2005). En prenant en compte les expériences passées, des handicaps et des obstacles. Cela implique, donc, le sentiment d'être capable d'entreprendre, mais également la perception du degré de contrôle de la personne sur le comportement et, dans l'entrepreneuriat, sur les comportements nécessaires pour entreprendre.

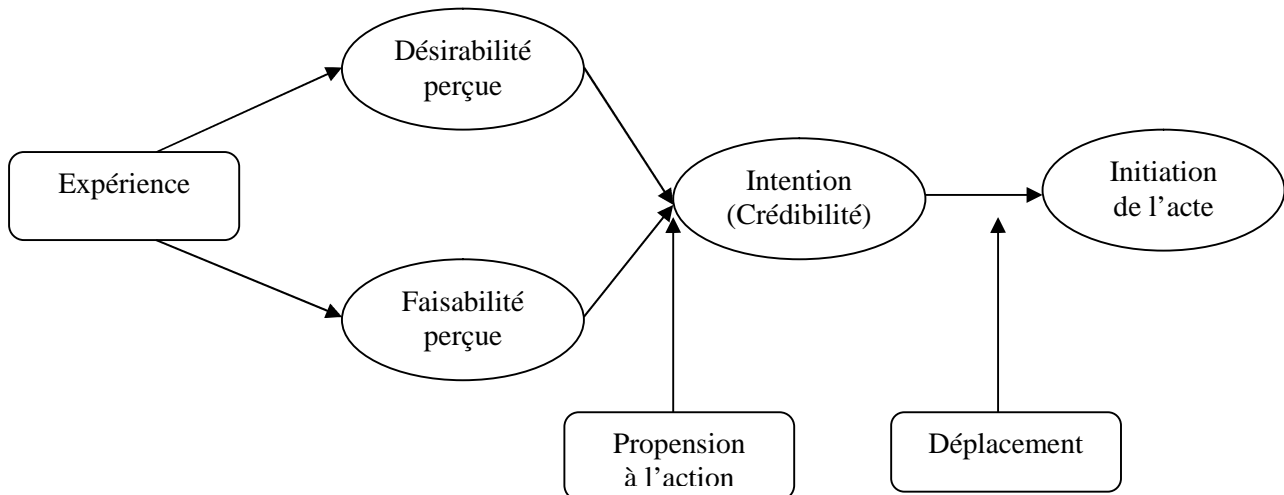
L'idée principale qui découle de la théorie du comportement planifié se résume ainsi, les individus ne seront pas susceptibles de développer une forte intention d'agir et de se comporter d'une certaine façon s'ils croient ne pas avoir les ressources nécessaires ou les opportunités pour y arriver, et ce, même s'ils possèdent des attitudes favorables envers le comportement en question et s'ils estiment que les membres de leur entourage approuveraient le comportement. La figure ci-dessous illustre clairement le contenu de ce modèle.

**Figure n°02:** Théorie du comportement planifié

**Source :** adapté et traduit de Ajzen, « Theory of planned behavior », organizational behavior and human decision processes, 1991, P182.

### 2.1.3 Le modèle de Krueger et Carsrud (1993)

Krueger (1993) a refait le modèle de Shapero, et notamment après la lacune qu'a connaît ce dernier en matière de référence de l'intention. En effet, il a présenté un modèle de la formation de l'événement entrepreneurial bâti sur le concept d'intention et les perceptions de faisabilité et celle de désirabilité. Dans ce modèle, l'événement entrepreneurial est conçu comme étant un phénomène complexe mais reposant sur une trajectoire linéaire, (Krueger 1993). En fait, l'interaction entre action et intention est indirecte dans le sens où elle est influencée par les variables explicatives ou les « déplacements ». Cependant, Krueger a noté que la variable, « déplacement » n'a aucun effet sur la compréhension du modèle. En général, l'idée centrale de ce modèle est que la création d'entreprise passe par le développement de l'intention des individus afin de passer plus tard à l'acte entrepreneurial avec des attitudes favorables. Aussi, cette intention entrepreneuriale dépend de la perception de la désirabilité et celle de la faisabilité. La figure ci-dessous représentera cette modélisation :

**Figure n°03 : Modèle de Shapero revisité par Krueger (1993)**

Source : Krueger (1993, P16), cité par BOURGUIBA Malek, Op.Cit, P52.

#### 2.1.4 La formation de l'organisation

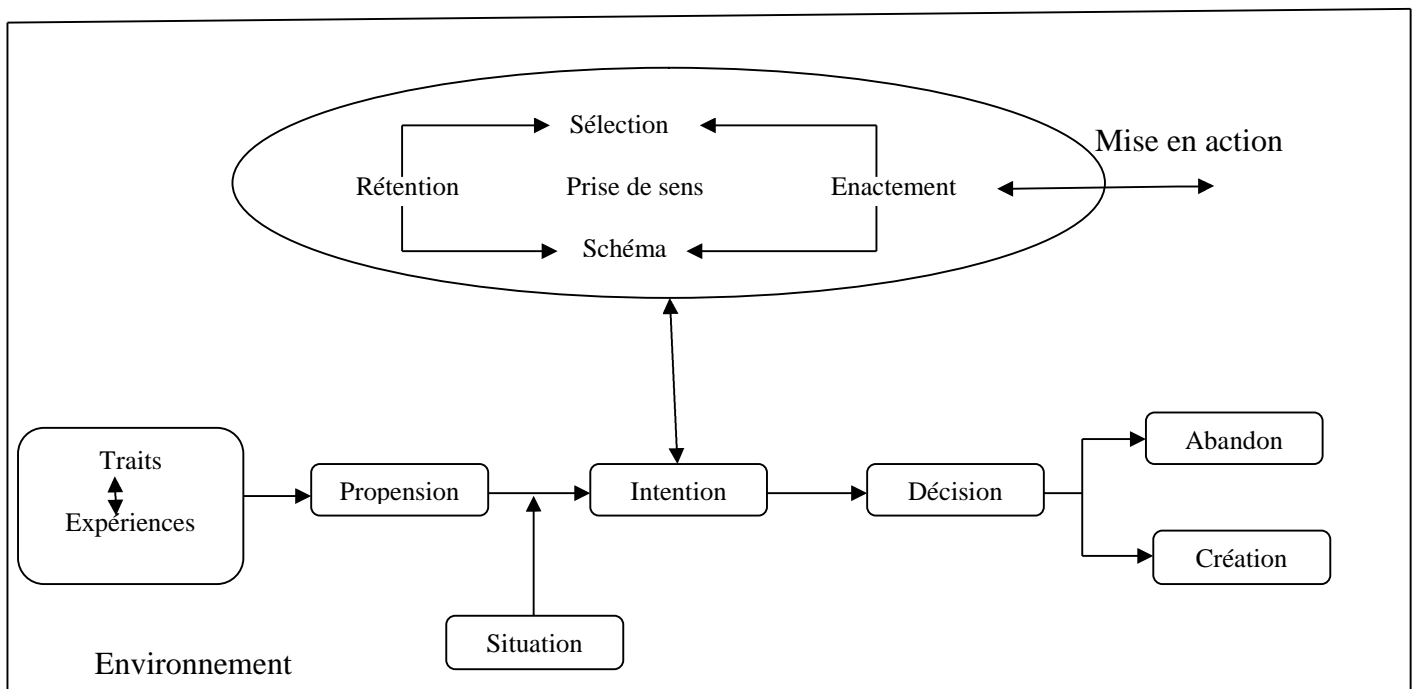
Kevin. E. Learned (1992) propose un modèle processuel aboutissant à la création d'organisation. Ce modèle a pour objectif de permettre la diversité et la multitude des aspects que revêt le phénomène de création d'entreprise au lieu de se limiter à une seule particularité. Il comporte trois dimensions du processus de création qui aboutissent à la décision de créer ou non une organisation:

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une affaire que d'autres,
- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui déclenchent l'intention de créer,
- La prise de sens : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement les informations significatives, et à en déduire les tâches à exécuter pour créer une organisation. La décision de la personne manifestant une intention de créer peut être prise en fonction de l'affirmation ou non des informations accumulées.

En effet, les individus peuvent manifester une propension à la création d'entreprise. Celle-ci est la combinaison entre des traits de personnalités, de la formation et des expériences.

Toutefois, la décision prise en temps réel résulte de l'interaction entre ce potentiel et la situation (Greenberger & Sexton, 1988 ; Bird, 1988). Les situations changent selon des articulations individuelles. Pour certains, la situation peut être un événement déclencheur qui les incite en activant leurs propensions. Pour d'autres, elle peut se révéler par l'accumulation de divers effets situationnels pendant le temps, et à l'instar desquels un processus de prise de sens prend source. En retenant les informations de l'environnement extérieur, l'individu sélectionne celles qui sont ambiguës. En les comparant à ses schémas et cartes causales (Lord & Foti, 1986 ; Bougon, 1986 ; par Learned, 1992), il retient le schéma qui lui attribut au mieux du sens. Ainsi, une intention de création prend naissance et implique, par la suite, une décision de créer ou non une organisation.

**Figure n°04** : Le modèle de la formation d'organisation



**Source:** traduit de Learned K.E. (1992), « What happened before the organization? A model of organization formation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 39-48, P40.

L'avantage de ce modèle réside dans l'intégration de l'intention en tant que variable « annonciatrice » agissant directement sur la décision de création, et corollairement sur l'action. De plus, par l'étude de la structuration de l'information saisie, l'auteur propose un éclairage

sur la relation entre l'intention et l'environnement. En effet, l'individu cherche, reçoit et traite une information en changement perpétuel. En ce sens, cette présentation montre l'intérêt de l'articulation entre l'environnement et l'intention dans une dimension dynamique qui est aussi imprégnée par un raisonnement cognitif. Toutefois, elle ne précise pas pour autant la place des facteurs personnels dans ce processus, et les logiques sous-jacentes aux interprétations formulées.

## 2.2 Les facteurs déclencheurs de l'intention entrepreneuriale

Plusieurs facteurs peuvent être à l'origine l'intention entrepreneuriale, ils sont d'ordre psychologique, socioculturelle et économique s'agit de bien identifier ces éléments.

### 2.2.1 les facteurs psychologiques

L'entrepreneuriat n'est pas seulement une question de financement ou plan d'affaire. Il exige des dispositions psychologique et une acquisition des connaissances et compétences indispensables, dispensables ou à développer en fonction du contexte.

**L'attitude personnelle :** l'attitude est une disposition interne durable qui sous-tend les réponses favorables ou défavorables de l'individu à un objet ou à une classe objets do monde sociale. Il y a dans toute attitude un aspect évaluatif, et cet aspect est central. La conception la plus ancienne considère que toute attitude comporte trois composantes :

Une composante cognitive : elle comprend les opinions de l'individu sur l'objet d'attitude les associations d'idées que cet objet provoque, et le rapport que l'individu perçoit entre l'objet et ses valeurs personnelles.

Une composante affective : elle comprend les affects, les états d'humeur que l'objet suscite.

Une composante conative : elle consiste une disposition à agir de façon favorable ou défavorable vis-à-vis de l'objet.

Selon Morissette et Gingras, 1989, une attitude est « une disposition intérieure de la personne qui se traduit par des réaction émotives modérées qui sont apprise puis ressenti chaque fois que cette personne et présence d'un objet ou d'une idée ou d'une activité, ces réactions émotives la portent à s'approcher ou à s'éloigner de cette objet »<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> Morissette et Gingras, 1989 cité par Léna Saleh « l'intention entrepreneuriale des étudiants, cas du bilan », thèse de doctorat, 30 septembre 2011, P223

**L'indépendance personnelle :** Le passage au statut d'entrepreneur peut être vu comme un épanouissement et un développement personnel (Albert, Mougenot, 1988). Cette source de motivation peut se comprendre dans plusieurs acceptions.

Tout d'abord, la notion d'entrepreneur est liée à la faculté de pouvoir régler soi-même son travail (Donckels, 1984). Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que « leur indépendance est la chose la plus désirable au monde »<sup>43</sup> (Sweeney, 1982).

Ensuite, l'entrepreneur a la possibilité d'agir selon ses propres idées et initiatives (Donckels, 1984). Le statut d'entrepreneur permet d'échapper aux contraintes parfois trop fortes qu'un travailleur peut subir dans son environnement professionnel. Cette notion est à rapprocher de l'accomplissement personnel, étant entendu que le changement de statut est perçu comme une échappatoire à des conditions de travail trop pénibles. Finalement, le fait d'être son propre patron (Albert, Mougenot, 1988) est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

**Accomplissement personnel :** « L'entrepreneur, avant toute autre motivation, un souhait d'épanouissement et de développement personnel »<sup>44</sup> (Albert, Mougenot 1988). Il a la volonté de se réaliser ses ambitions.

Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau (Donckel, 1989) ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. Ainsi, certains chercheurs souhaitent pousser des résultats de recherche vers une exploitation économique et optent dès lors pour la création de leur propre entreprise.

La volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail, (Bragard, 1987) peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel.

---

<sup>43</sup> Sweeney G. (1982), cité par Bensedik A et Ouchallal E, « la dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale », Les Cahiers du CREAD n°90, 2009, P140.

<sup>44</sup> Albert P. et Mougenot P, « La création d'entreprises high-tech », Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, 1988, PP 106-118.



**La perception du risque :** Schumpeter a défini l'entrepreneur comme celui qui introduit et conduit l'innovation. C'est celui qui exécute de nouvelles combinaisons, il réalise quelques choses d'autres que ce qu'il accomplit par la conduite habituelle. Puisqu'il est évident que la création d'une nouvelle entreprise est une aventure risquée, la prise de risque apparaît, donc, comme l'une des caractéristiques distinctives du comportement entrepreneurial. Le risque est une conséquence évidente de l'incertitude de chaque projet.

**Evaluation des conséquences positives et négatives :** dans le modèle d'Ajzen et Fishbein(1980), l'attitude envers un comportement est fonction de la probabilité subjective qu'un individu associe à l'apparition de conséquence suite à l'action et de la valeur associée à ses résultats. L'évaluation des conséquences de l'action influent directement l'attitude de créer une entreprise.

### 2.2.2 Facteurs socioculturel

L'étude des facteurs socioculturels permet de présenter quelques déterminants organisationnels et structurels, familiaux éducationnels aptes à mobiliser les populations tout au long de leurs activités entrepreneuriales.

**La famille :** Le poids de la tradition familiale pèse lourd sur les motivations avouées des nouveaux entrepreneurs. L'environnement familial peut exercer une double influence:

D'une part, il peut inciter un jeune à imiter un membre de la famille (souvent le père) et à décider de créer sa propre affaire. La plupart des entrepreneurs ont des parents qui sont propriétaires ou ont créé leur propre affaire. « Très souvent, dans un pays où il y a beaucoup d'entreprises familiales, ce fait est source de création, parce que le fils est comme le père, il crée une entreprise »<sup>45</sup> (Sweeney, 1982). L'environnement le plus favorable pour un candidat créateur semble être un milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée, (Bragard et al. 1987).

D'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale est souvent considéré comme un « must » qui pousse les enfants à continuer l'œuvre de leurs aînés (Bragard, 1987).

---

<sup>45</sup> SWEENEY G. (1988), « Entrepreneurs and regional development », European Foundation for Management Development, 18ème séminaire sur les PME, Gand.

**L'éducation** : l'autre milieu qui joue également un rôle important est le milieu éducatif. En effet, ce dernier peut permettre au futur entrepreneur d'acquérir des compétences (gestion, comptabilité, management, commercial...) nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. De plus, des stages inclus dans le cursus scolaire peuvent permettre aux étudiants de s'imprégner des réalités du monde de l'entreprise. Et peut être éveillé chez eux le goût d'entreprendre, de créer leur propre entreprise.

**Le territoire** : Par ailleurs, en dehors de la famille et de l'école, le territoire peut aussi influencer les individus. Les personnes vivant à proximité d'un pôle d'attraction sont plus enclin à créer une entreprise que les autres vivants dans des régions ou des territoires moins dynamiques.

### 2.2.3 Facteurs économiques

Le contexte économique à une grande importance comme facteur déterminant de l'intention d'entreprendre. Il s'agit des ressources matérielles, technologiques, informatiques, humaines et financières qui sont indispensables pour tout projet viable. Il est impensable d'espérer créer une entreprise sans disposer au préalable de biens corporels et incorporels. L'entreprise à besoin de différentes ressources pour exister et pérenniser.

## Conclusion

Tout au long de ce chapitre, nous nous sommes positionnées dans le cadre théorique de l'intention entrepreneurial qui constitue un élément fondamental du processus entrepreneurial.

En effet, nous avons cherché à illustrer les modèles qui ont expliqué cette intention, afin de les confronter avec notre sujet et au contexte d'étude particulier d'entrepreneuriat.

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, les quelles 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 intentionnel et planifiable (Krueger et Carsrud, 1993). La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), appliquée au domaine de la création d'entreprise, a permis, depuis le début des années 1990, de renouveler les approches et les modèles basés sur l'intention.

# **Chapitre III**

## **Présentation des données et analyse des résultats**

### Introduction

Ce chapitre a pour objectif de rechercher les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants. Pour réaliser ce travail, nous avons opté pour une démarche empirique centrée sur une enquête de terrain, qui est une méthode de collecte de données. En effet, un questionnaire est adressé aux étudiants de l'université de Bejaia qui suivent la formation entrepreneuriale.

Ce chapitre est divisé en deux sections. Dans la première section nous allons présenter l'université de Bejaia et la formation entrepreneuriale en sein de cette dernière, dans la deuxième section nous allons expliquer notre démarche concernant la méthodologie de la recherche et l'interprétation des résultats de l'enquête.

### Section1 : présentation de l'université de Bejaia

Dans cette section nous allons présenter l'université de Bejaia (campus d'aboudaou) le lieu de déroulement de l'enquête, et la formation entrepreneuriale au sein de celle-ci.

#### 1.1 Présentation de l'université de Bejaia

L'université de Bejaia créée en Octobre 1983 comme instituts d'enseignement supérieur, son effectif est de 205 étudiants et 40 enseignants la première année. Elle porte le nom de l'ex-colonel de l'ALN Abderrahmane Mira. L'université de Bejaia tient ses origines des instituts nationaux d'enseignement supérieur (I.N.E.S) d'électrotechnique et des sciences de la nature (créés en 1983) et de chimie (créé en 1986). Erigée en centre universitaire en 1994, puis en université en 1998, l'université de Bejaia compte aujourd'hui plus de 45700 étudiants encadrés par 1714 enseignants permanents, accompagnés par 1227 agents techniques et de services<sup>46</sup>. De vocation pluridisciplinaire. Elle est composée d'un rectorat, de quatre vice-rectorats et de huit facultés. Chaque secteur comporte des services administratifs et techniques. Le secrétariat général de l'université est chargé de la gestion administrative et financière des structures sous son autorité et des services administratifs et techniques communs.

---

<sup>46</sup> [www.univ-béjaia.dz](http://www.univ-béjaia.dz).

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

---

L'université de Bejaia dispose de trois campus : Targa Ouzemmour Aboudaou et Amizour.

- Le campus Targa Ouzemmour regroupe trois facultés :

Faculté de technologie ;

Faculté des sciences exactes ;

Faculté de la nature et de la vie.

- Le campus Aboudaou ouvert en 2003, ce campus, situé sur la route de Tichy Bejaia, regroupe cinq facultés :

Faculté de droit ;

Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales ;

Faculté des lettres et des langues ;

Faculté des sciences humaines et sociales ;

Faculté de médecine.

Parmi ces facultés nous avons choisi celle des sciences économiques, commerciales et de sciences de gestion car notre enquête de terrain va toucher les étudiants de cette faculté, plus précisément ceux de fin de 1er cycle (licence) et ceux de 2eme cycle (master) de département des sciences de gestion, spécialité entrepreneuriat. Cette faculté a été créée le 05/12/2010 par le décret exécutif N°10-309 modifiant et complétant le décret exécutif N°98-218 portant la création de l'université de Bejaia. Se situant dans le prolongement de l'ex-faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, créée le 11/09/2007, elle est issue de la restructuration de la faculté de droit et des sciences économiques créée en décembre 1998.

### 1.2 La formation entrepreneuriale au sein de l'université de Bejaia

Cette formation qui a pour la première fois dans l'université de Bejaia en 2016/2017 (année universitaire) a pour but de former et accompagner de futurs créateurs ou repreneurs d'entreprises et de contribuer ainsi à l'insertion professionnelle et à la création de richesses et d'emplois dans l'environnement économique.

**Pour licence :** Cette licence vise à former des futurs créateurs/repreneurs puis dirigeants de petite entreprise, consultants dans les structures d'accompagnement à la création d'entreprise, chargés d'affaires dans les établissements consulaires, associatifs ou bancaires spécialisés dans l'accompagnement à la création/reprise d'entreprises, et enfin porteurs de

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

projet de création d'activité au sein d'une grande entreprise. Le titulaire de la licence en entrepreneuriat peut exploiter les compétences visées, soulignées plus haut, sur tout le territoire national. Les enseignements (cours ou TD) font l'objet d'un contrôle continu des connaissances par des évaluations écrites (examen de TD, travail personnel) et d'un examen final pour chaque matière à la fin du semestre. Les étudiants n'ayant pas réussi à la session normale bénéficieront d'une session rattrapage.

Cette spécialité a connu une évolution depuis sa création jusqu'à ce jour, comme le montre le tableau suivant:

**Tableau n°5:** Les étudiants inscrit en L3 spécialité entrepreneuriat

| Année universitaire | 2016/2017 | 2017/2018 | 2018/2018      |
|---------------------|-----------|-----------|----------------|
| Nombre d'étudiant   |           |           |                |
| Nombre inscrit      | 43        | 95        | 121            |
| Nombre admis        | 36        | 75        | 48 (semestre5) |

**Source :** la scolarité du département de département de science de gestion.

Chaque étudiant doit effectuer un stage pratique au sein d'un organisme et remettre son rapport à la fin de celui-ci. Ce rapport sera évalué par l'enseignant qui a encadré le travail de l'étudiant pendant la période du stage.

**Tableau n°6 :** Les modules enseignés 3<sup>ème</sup> année licence

|                | Semestre 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Semestre2                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Licence</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Evaluation des projets</li> <li>➤ Dynamique entrepreneuriale locale en Algérie</li> <li>➤ Création et gestion des projets</li> <li>➤ Management de l'innovation</li> <li>➤ Culture entrepreneuriale</li> <li>➤ Droit des affaires</li> <li>➤ Langue étrangère</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Financement des entreprises</li> <li>➤ Comptabilité des sociétés</li> <li>➤ Fiscalité des entreprises</li> <li>➤ Contrôle de gestion</li> <li>➤ Recherche opérationnelle</li> <li>➤ Langue étrangère II</li> <li>➤ Rapport de stage</li> </ul> |

**Source :** Vice doyen chargé des études et des questions liées aux étudiants.

En règle générale, les diplômés de cette formation sont admissibles dans les formations de masters professionnels et académiques relevant du domaine de l'entrepreneuriat. Le

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

département des Sciences de Gestion dispose d'un seul Master professionnel qui constitue en fait une continuité directe de la licence en entrepreneuriat (master entrepreneuriat).

**Pour master :** Le Master dans le domaine d'entrepreneuriat que souhaite développer le département des sciences de gestion vise un double objectif :

- former une nouvelle génération d'enseignants chercheurs selon un nouveau schéma de fonctionnement de la formation post-graduée ;
- mettre sur le marché du travail des spécialistes dans les disciplines du management des organisations dans les institutions, les entreprises publiques et privées. Il s'agit de mieux accompagner les entreprises et les institutions dans la modernisation du pays et de les doter des meilleurs atouts pour faire face à la concurrence internationale.

Chaque enseignement (cours ou TD) donne lieu à une évaluation sous forme de contrôles continus (examens de TD, travail personnel) et d'un examen final pour chaque matière organisé en fin du semestre. Une session de rattrapage est organisée pour les étudiants n'ayant pas réussi à la session normale. Cette session de rattrapage intervient dans un délai qui ne saurait dépasser un mois après la fin des examens de la session normale. Le passage d'une année à une autre est conditionné par l'obtention de la moyenne générale compensée, supérieure ou égale à 10/20 et une moyenne dans chaque unité pédagogique supérieure ou égale à 07/20. Le stage effectué en entreprise ou dans une administration publique permettra à l'étudiant de préparer un mémoire de fin d'études sanctionnant les deux années de formation qu'il soutiendra publiquement devant un jury compétent.

Cet enseignement de deux années donne le droit, pour les étudiants les plus motivés et les plus capables, à suivre une formation doctorale proprement dite qui sera sanctionnée par le titre de docteur.

**Tableau n°7 :** Les modules enseignés en master1 et master2

|                   | <b>Master 1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Master 2</b>                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Semestre 1</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Les dispositifs d'aide à la création de l'emploi.</li><li>➤ Rédaction administrative</li><li>➤ Processus décisionnel</li><li>➤ Les stratégies concurrentielles</li><li>➤ Technique quantitatif de gestion</li><li>➤ Contrôle de gestion</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Plan d'affaire</li><li>➤ Leadership et compétence entrepreneuriale</li><li>➤ Management de la qualité total</li><li>➤ Gestion des ressources Humaine</li><li>➤ Méthodologie de recherche</li><li>➤ TIC et système d'information</li></ul> |

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                  |                         |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                   | ➤ Langue étrangère                                                                                                                                                                                                                               | ➤ Veille et prospective |
| <b>Semestre 2</b> | ➤ Techniques de création et reprise d'entreprise<br>➤ Le marketing des startups<br>➤ Fonction marketing<br>➤ Management de changement<br>➤ Logistique commerciale<br>➤ Etude de la faisabilité et l'évaluation des projets<br>➤ Langue étrangère | ➤ Mémoire               |

Source : Vice doyen chargé des études et des questions liées aux étudiants.

### Section2 : Analyse des résultats de l'enquête

Cette section a pour objectif d'analyser les données recueillis par le moyen du questionnaire auprès des étudiants de l'université de Bejaia.

#### 2.1 Méthodologie de la recherche

Pour les besoin de notre travail, nous avons mené une étude s'est concentré sur les étudiants de 3<sup>eme</sup> année licence, master1 et master2 qui suivent la formation entrepreneuriale. La collecte des informations à été faite par la distribution des questionnaires qui contiennent un certain nombre de question, dont nous avons opté pour notre échantillon une méthode aléatoire dans la sélection de choix.

##### 2.1.1 Objectif de l'enquête

Notre enquête à pour objectif d'expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants et de mesurer l'influence de la formation universitaire en entrepreneuriat.

##### 2.1.2 Elaboration du questionnaire

Sur la base de la partie théorique et des modèles de l'intention entrepreneuriale, nous avons élaboré un questionnaire comportant 21 questions, qui s'articulent autour de la



## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

formation universitaire de l'étudiant et l'intention entrepreneuriale, auxquelles il n'est pas difficile de répondre et qui ne risquent pas de démobiliser le répondant. Nous avons partagé le questionnaire en deux parties, la première partie porte sur les renseignements concernant l'étudiant et sa formation universitaire et la deuxième partie sur l'intention entrepreneuriale.

Le travail de terrain s'est déroulé au niveau du campus Aboudaou, nous avons commencé notre enquête la fin de mois d'Avril.

Au moment de la distribution des questionnaires, nous avons expliqué l'intérêt de notre étude en présentant l'idée générale de notre recherche et ses objectifs.

### 2.1.3 La taille de l'échantillon

Notre échantillon se compose de 90 étudiants sur une population totale qui est de 230 individus. Nous avons pu récupérer 84 questionnaires sur les 90 étudiants contactés, seulement 80 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 95,24%. Le reste soit 4.76% (4 questionnaires) ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre études, vu le manque de leur crédibilité non exploitables

**Tableau<sup>o</sup>8** : la taille de l'échantillon de notre enquête

| Nombre<br>questionnaire | Nombre d'étudiant dans<br>l'échantillon | Taux<br>(%) |
|-------------------------|-----------------------------------------|-------------|
| Récupérés               | 84                                      | 93,33%      |
| Non récupérés           | 6                                       | 6,67%       |
| Distribuer              | 90                                      | 100%        |

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain.

**Tableau n<sup>o</sup> 9**: La taille de l'échantillon étudié

| Nombre<br>Questionnaires | Nombre d'étudiant dans<br>l'échantillon | Taux<br>(%) |
|--------------------------|-----------------------------------------|-------------|
| Exploitables             | 80                                      | 95,24%      |
| Non exploitables         | 4                                       | 4,76%       |
| Total                    | 84                                      | 100%        |

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain.

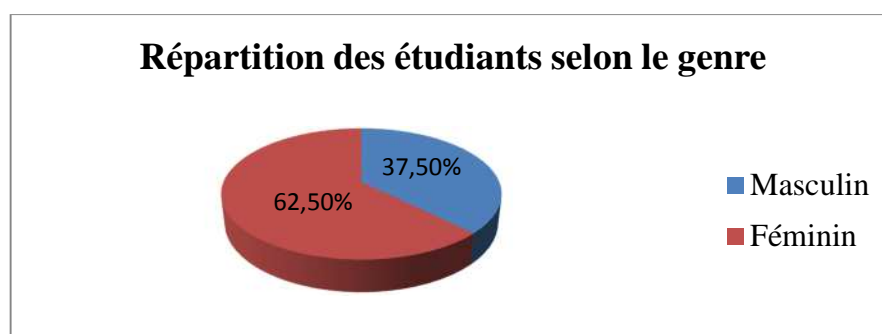
### 2.2 Présentation des données et analyse des résultats de l'enquête de terrain

Cette analyse vise à exploiter les données recueillies afin de déduire les principes caractéristiques de notre échantillon par rapport au critère de l'intention entrepreneuriale.

#### 2.2.1 Répartition des étudiants selon le genre

D'après les résultats de la figure n°05, nous avons constaté que la majorité des questionnaires ont été distribués beaucoup plus aux étudiantes par rapport aux étudiants avec un taux de 62,50% des étudiantes enquêtées contre 37,50% des étudiants, et cela s'explique par le fait que notre université est dominée par le genre féminin et surtout la spécialité entrepreneuriale qui compte au total 230 étudiants( L3, M1, M2) et la part des étudiantes représente 53.91% (soit 124 étudiantes).

Figure n°05 : Répartition des étudiants selon le genre



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

#### 2.2.2 Répartition des étudiants selon l'âge

D'après le tableau n°10, nous constatons que la plupart soit 71,25% des étudiants ont un âge entre 21 et 25 ans, car c'est l'âge moyen pour un étudiants qui est en 3<sup>ème</sup> année licence et master, 15% des étudiants ont un âge plus de 25 ans et enfin un nombre d'étudiants soit 13,75% ne veulent pas annoncer leur âge.

Tableau n°10 : Répartition des étudiants selon l'âge

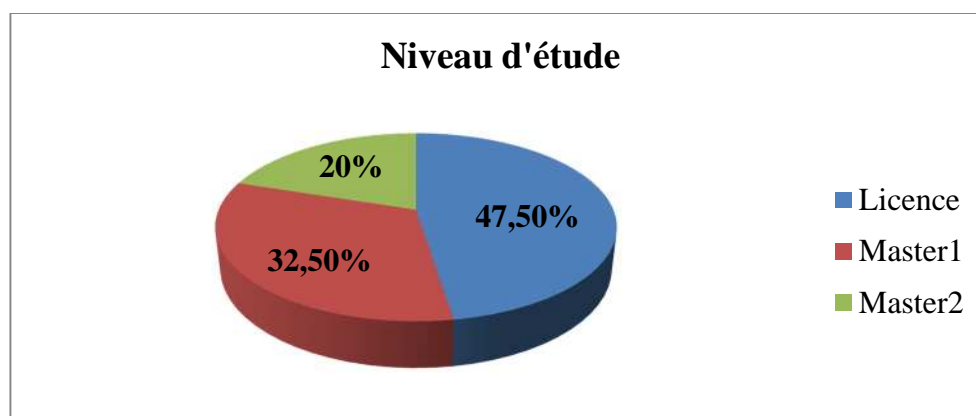
| Age        | Effectifs | Pourcentage |
|------------|-----------|-------------|
| De 21 à 25 | 57        | 71,25%      |
| Plus de 25 | 12        | 15%         |
| Non dit    | 11        | 13,75%      |
| Total      | 80        | 100%        |

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

### 2.2.3 Répartition des étudiants selon le niveau d'étude

La figure n°06 montre que la plupart des questionnaires ont été distribués beaucoup plus aux étudiants préparant leur licence soit 47,50% et cela s'explique par le fait que le pourcentage d'étudiants inscrits en ce niveau (soit 53,04%) est plus important que les autres paliers, et le pourcentage des questionnaires adressés aux étudiants de master 1 représente 32,50% des enquêtés, quant au pourcentage de 20 % concernant les étudiants de Master 2 et cela revient à la non disponibilité de ces derniers et leur absentéisme vu qu'ils n'ont pas des cours à suivre dans le deuxième semestre, ils préparent uniquement leur mémoire de fin de cycle.

Figure n°06 : Répartition des étudiants selon le niveau d'étude



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

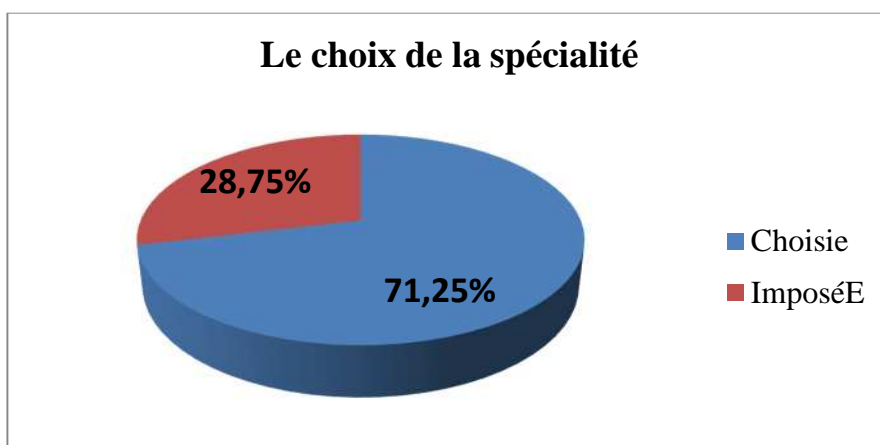
### 2.2.4 Le choix de la spécialité

D'après la figure n°07 et la figure n°08, la plupart des étudiants ont choisi la spécialité entrepreneuriale avec un taux de 71,21%, parmi ces derniers 46,61% voit que celle-ci est

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

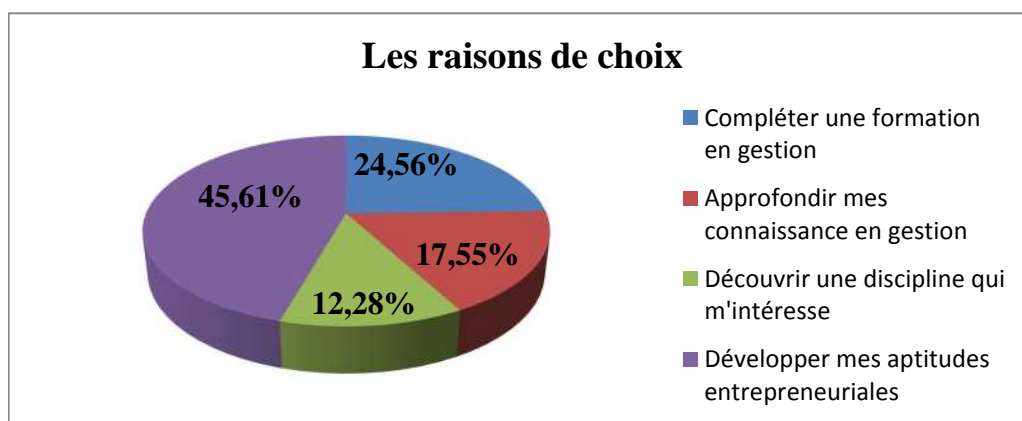
nécessaire pour développer leurs aptitudes entrepreneuriales, 24,56% des enquêtés ont choisi cette spécialité afin de compléter leur formation en gestion par une formation entrepreneuriale, et 17,55% des répondants pour approfondir leurs connaissances en gestion et 12,28% pour découvrir une discipline qui leur intéresse. Par contre les 28,75% des enquêtés leur discipline d'étude a été imposée, ce n'était pas leur choix d'étude.

**Figure n°07 : Le choix de la spécialité**



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

**Figure n°08 : Les raisons de choix**



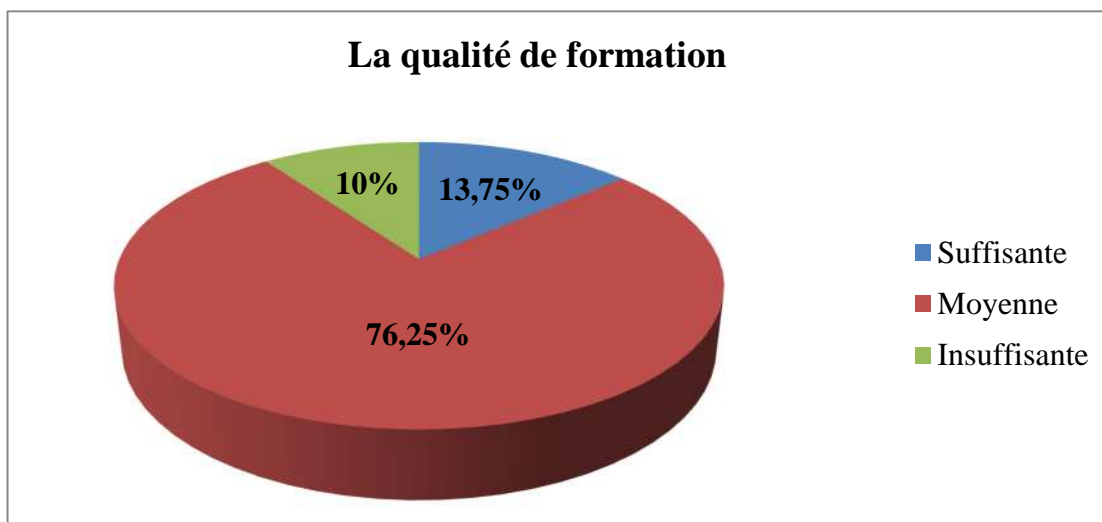
Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.5 La qualité de la formation entrepreneuriale

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

La figure n°09 montre que la plus grande partie des étudiants enquêtés soit 76,25% jugent que la qualité de leur formation est moyenne parce que l'entrepreneuriat n'est pas seulement une recette à apprendre, mais aussi à expérimenter. 13,75% des étudiants voient que leurs formation est suffisante, tandis que les 10% des enquêtés voient qu'elle est insuffisante.

**Figure n° 09 : la qualité de la formation entrepreneuriale**



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

### 2.2.6 La vie professionnelle

D'après la figure n°10 les étudiants préfèrent être entrepreneur avec un taux de 80% que des salariés, pour améliorer leurs situations de vie être indépendant et autonome, et ne pas être sous l'autorité d'un supérieur hiérarchique.

**Figure n°10 : La vie professionnelle**

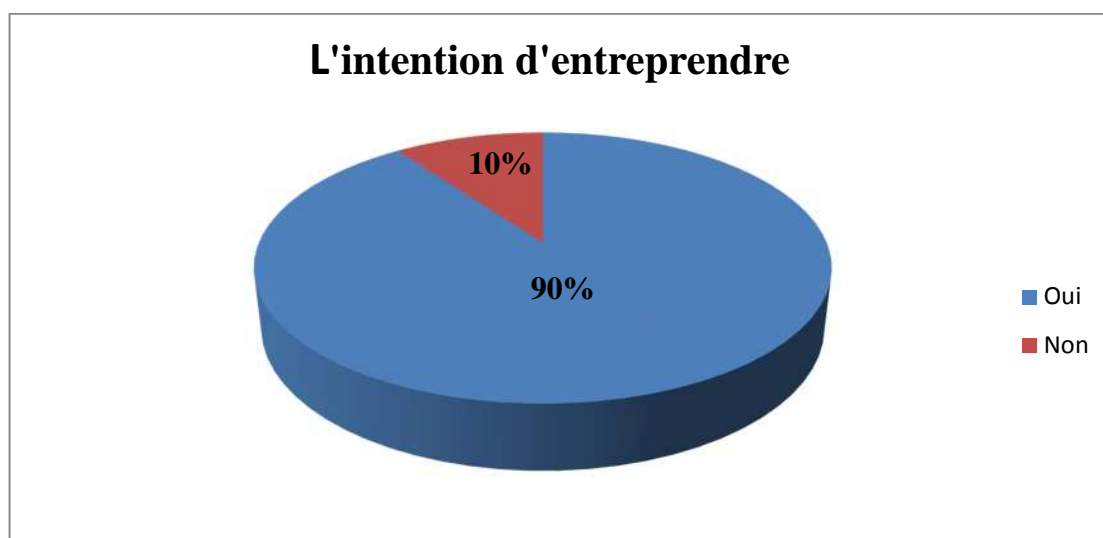


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.7 L'intention d'entreprendre dans le futur

D'après les résultats de la figure ci-dessous, nous constatons que 90% des étudiants ont une vision d'entreprendre dans le futur afin d'améliorer leurs situations financières et de réaliser leurs objectifs et d'avoir un emploi stable, et les 10% des enquêtés n'ont pas l'intention de démarrer un jour une entreprise puisqu'ils n'ont pas d'idée fixe sur la création d'une entreprise.

Figure n°11 : L'intention d'entreprendre

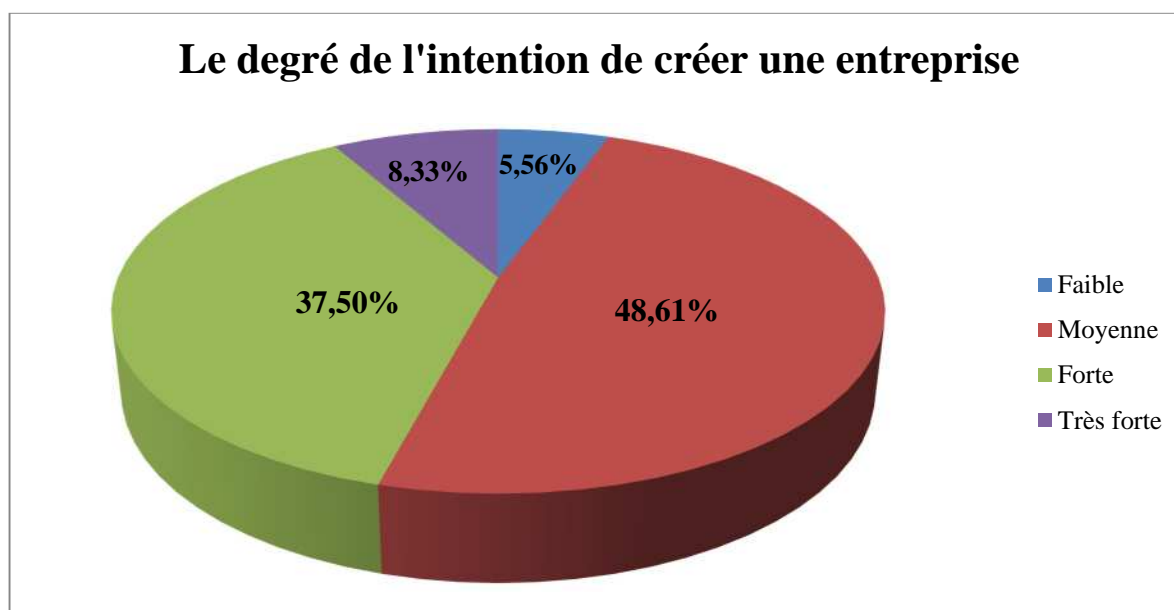


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.8 Le degré de l'intention de créer une entreprise

D'après les résultats présentés dans la figure n°12, nous avons trouvé, que parmi les étudiants ayant la volonté de créer leur propre projet (l'intention d'entreprendre) que la plupart des étudiants soit 48,61% des répondants ont une intention moyenne, 37,50 % des enquêtés ont une intention forte, 8,33% ont une intention très forte, et enfin 5,56% des enquêtés ont une intention de création faible.

Figure n°12 : Le degré de l'intention de créer une entreprise

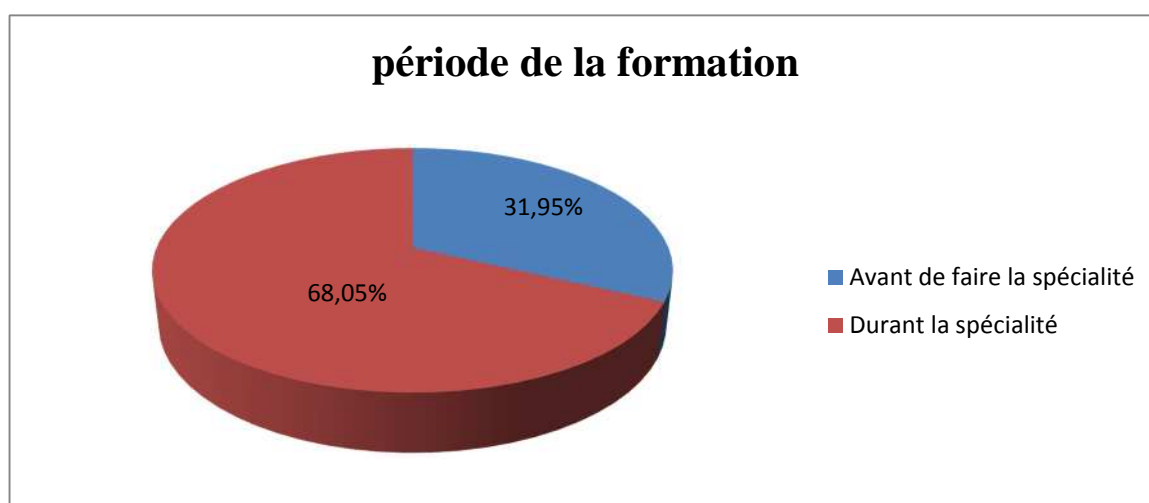


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### Période de la formation de l'intention

D'après la figure n°13 soit 68,05% des étudiants ils ont l'intention de se lancer en affaire durant la spécialité car ils ont découvert cet intention pendant leur formation universitaire en entrepreneuriat et 31,95% des enquêtés ont une intention avant de faire la spécialité car ils sont influencés par leur entourage.

Figure n°13 : Période de la formation de l'intention

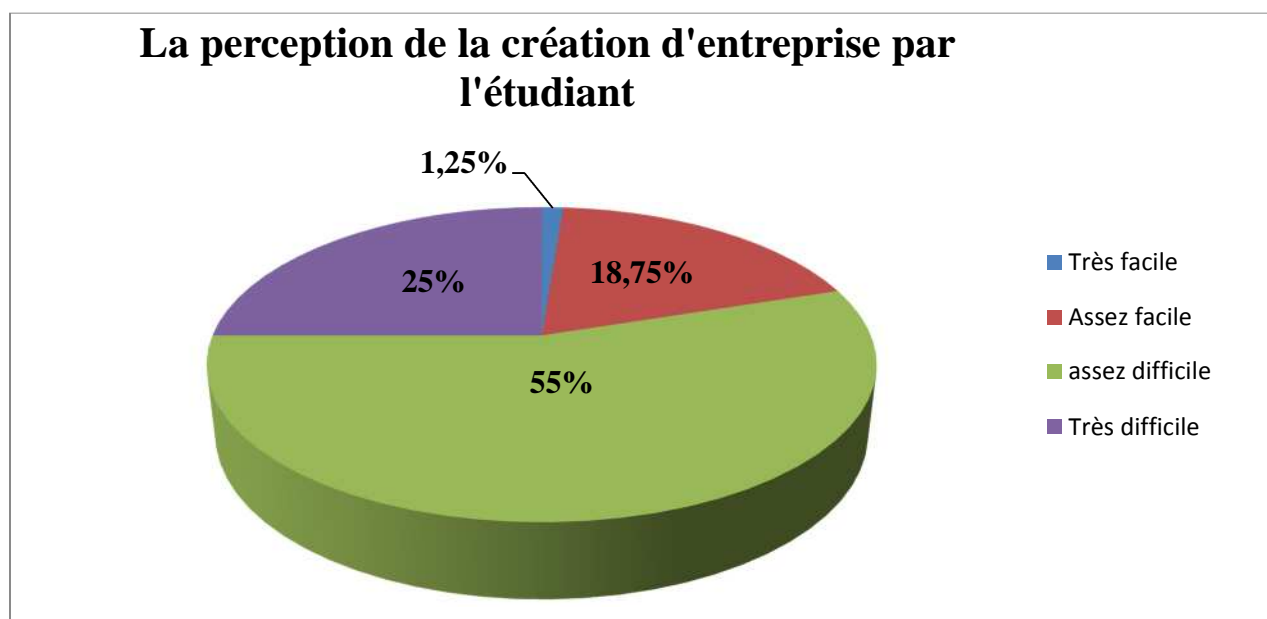


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.9 La perception de la création d'entreprise par l'étudiant

D'après les résultats présentés dans la figure n°14 nous avons trouvé que créer une entreprise en tant qu'étudiant ou à la fin leurs études est assez difficile avec un taux de 55% des enquêtés. Et les 25% des enquêtés trouvent que créer une entreprise en tant qu'étudiant est très difficile. Par contre les étudiants soit 18,75% trouvent que la création d'une entreprise est assez facile et enfin 1,25% des enquêtés trouvent la création d'entreprise est très facile.

Figure n°14 : La perception de la création d'entreprise par l'étudiant



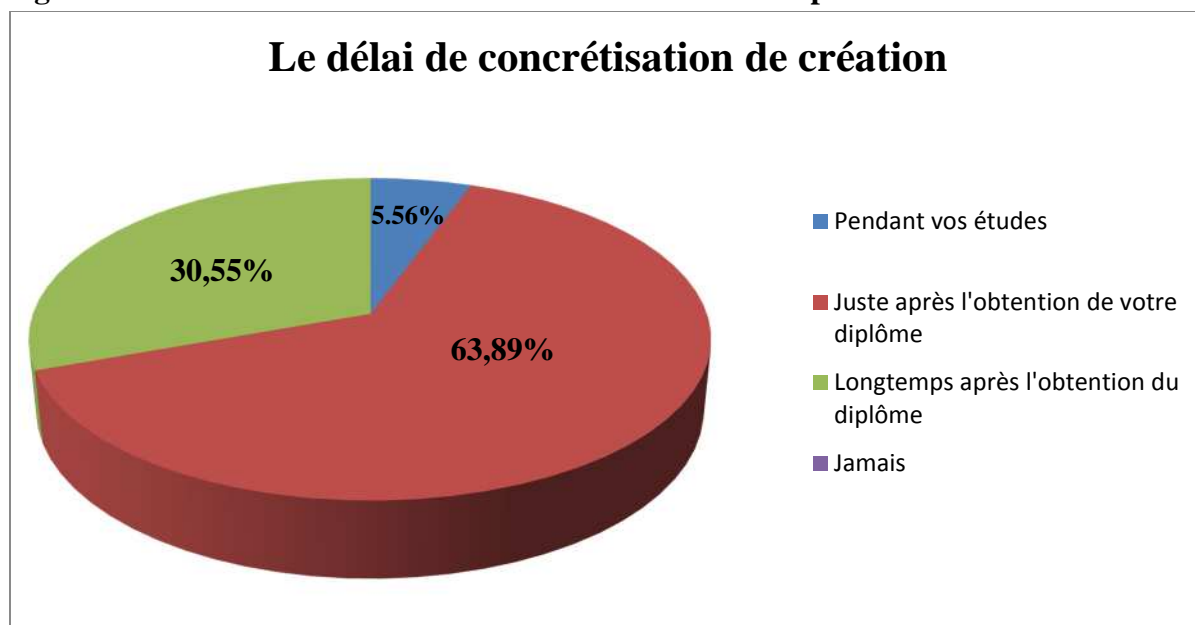
Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.10 Le délai de concrétisation de création d'entreprise

La figure ci-dessous montre que, 63,89% des étudiants enquêtés ont déclaré qu'ils vont créer leur propre entreprise juste après l'obtention de leurs diplôme parce qu'ils disposent des moyens pour concrétiser leurs projets, et 30,55% vont créer leurs propres entreprises après une longue période de l'obtention de leur diplôme dans le but de rassembler les ressources financières nécessaires pour le démarrage de leurs projets et de collecter les informations nécessaires sur l'activité à promouvoir. Par contre, 5,56 % des enquêtés veulent concrétiser leur idée de création pendant leurs études parce qu'ils ont les moyens qu'il faut pour se lancer en affaire.



Figure n°15 : Le délai de concrétisation de création d'entreprise

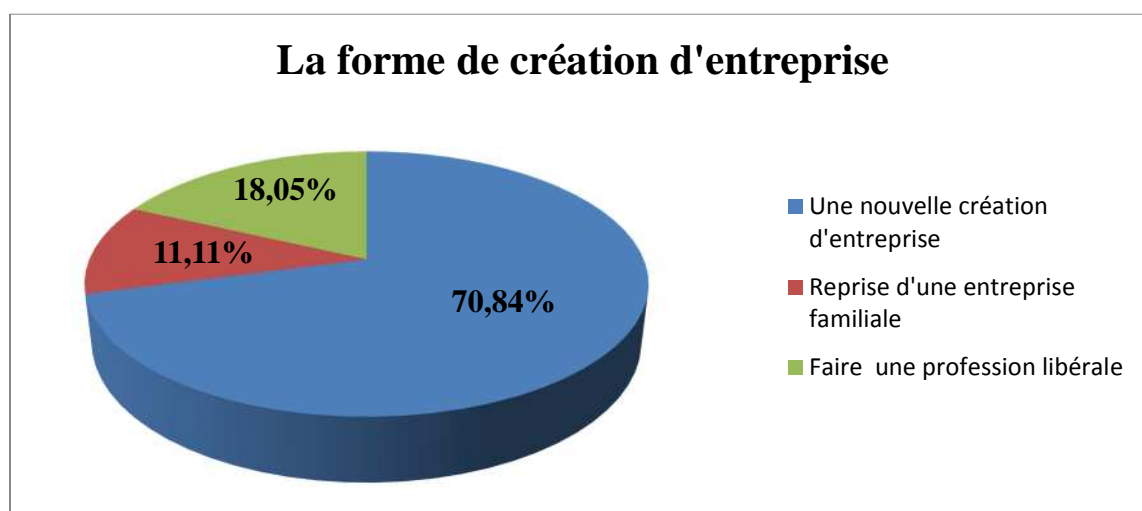


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants

### 2.2.11 La forme de la création d'entreprise

La majorité des étudiants avec un taux de 70,84% veulent créer une nouvelle entreprise, suivi de ceux qui veulent exercer une profession libérale représente un taux de 18,05%, et la reprise d'une entreprise familiale représente un taux de 11,11%.

Figure n°16 : la forme de création d'entreprise

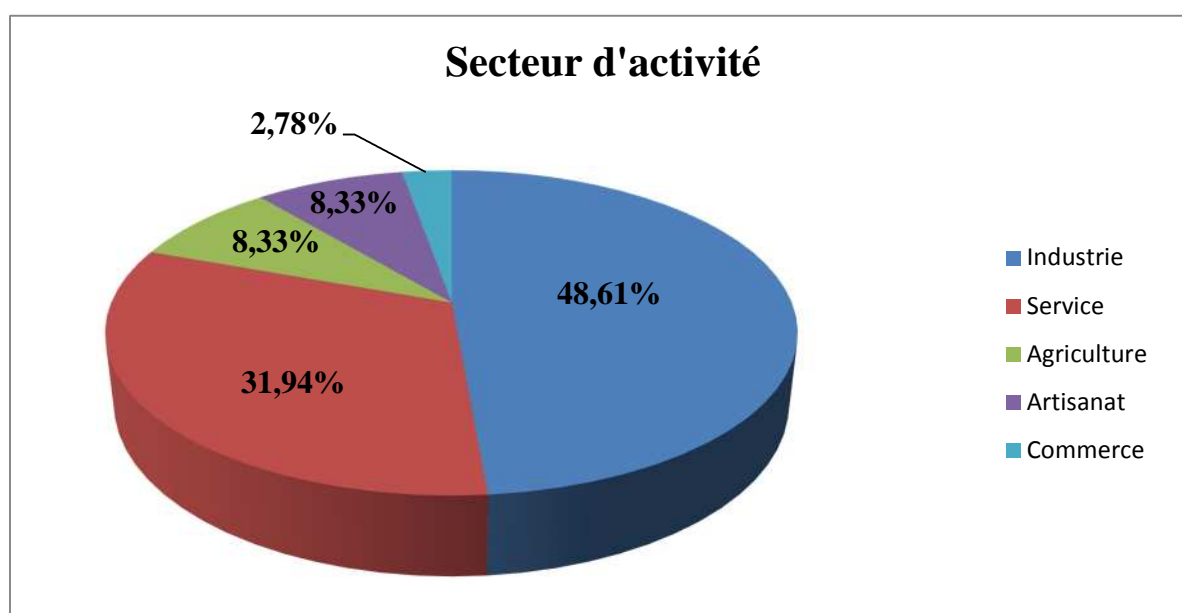


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.12 Le secteur d'activité préféré par les étudiants

Dans la figure n°17 les étudiants s'intéressent aux activités industrielles soit 48,61%. Les 31,94% des enquêtés sont intéressés aux activités de service, les 8,33% des enquêtés ont choisi le secteur artisanat, et les 2,78% restons des enquêtés sont intéressés par l'activité commerciale.

Figure n°17: Le secteur d'activité

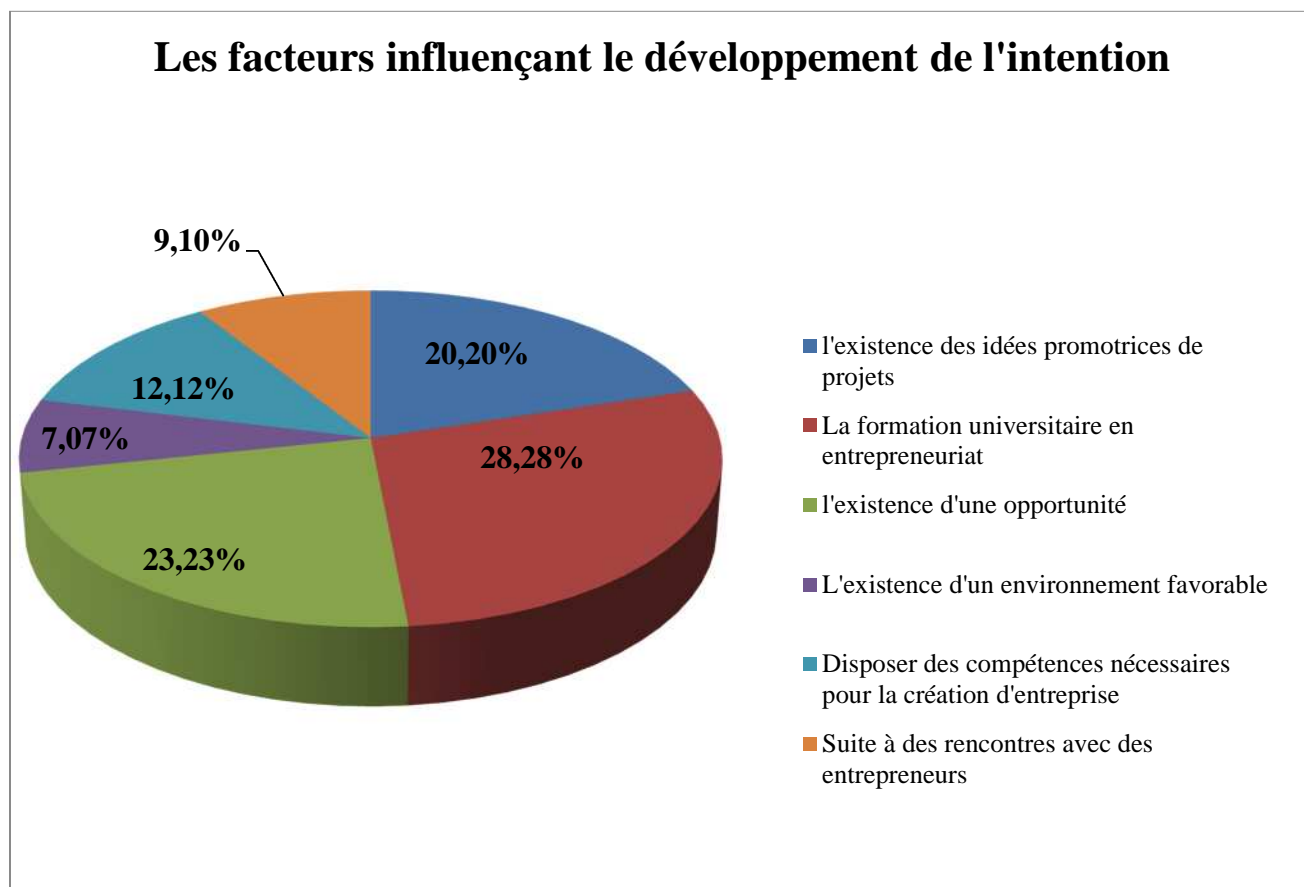


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants

### 2.2.13 Les facteurs influençant le développement de l'intention entrepreneuriale

La figure ci-dessous montre que 28,28 % des enquêtés déclarent que la formation en entrepreneuriat a eu un effet positif sur l'intention entrepreneuriale. 23,23% voient que les opportunités disponibles influencent l'idée de création. Suivi de 20,20% des enquêtés voient que l'existence des idées promotrices de projets est l'un des facteurs qui influence aussi l'intention entrepreneuriale. Les 12,12% des étudiants disent que l'un de ces facteurs c'est de disposer des compétences nécessaires pour la création d'entreprise, et les 7,07 % voient que l'existence d'un environnement favorable influence l'idée de créer.

Figure n° 18 : les facteurs influençant le développement de l'intention

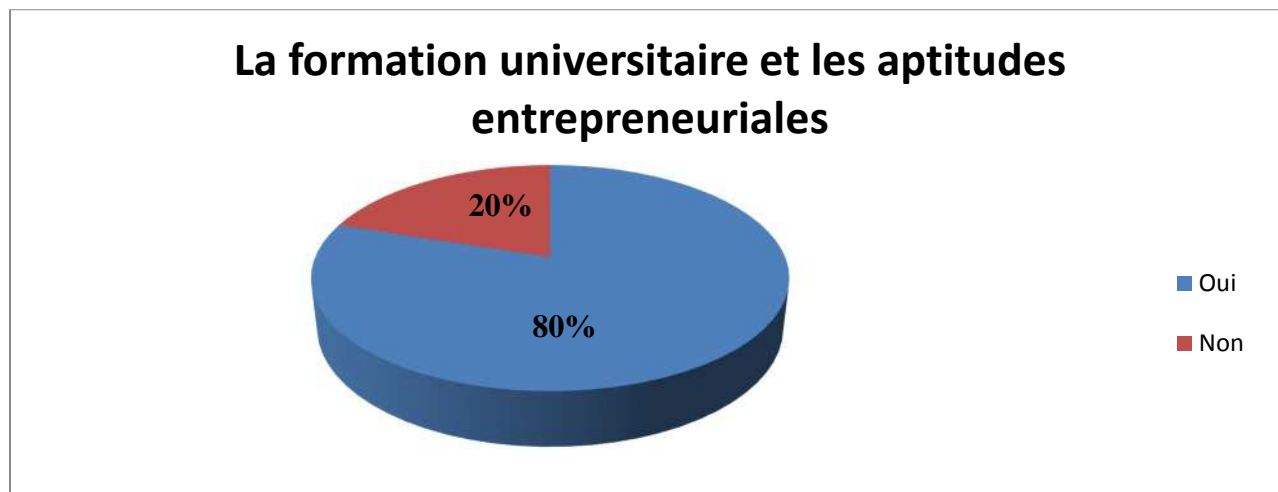


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants

### 2.2.14 La formation universitaire et les aptitudes entrepreneuriales

D'après les réponses des enquêtés (figure n°19) soit 80% ont déclaré que le niveau la formation universitaire semble avoir une influence positive sur les aptitudes entrepreneuriales. La formation entrepreneuriale permet de développer chez les étudiants un esprit de prendre des risques et des connaissances pour pouvoir diriger une entreprise.

Figure n° 19 : La formation universitaire permet de développer les aptitudes entrepreneuriales

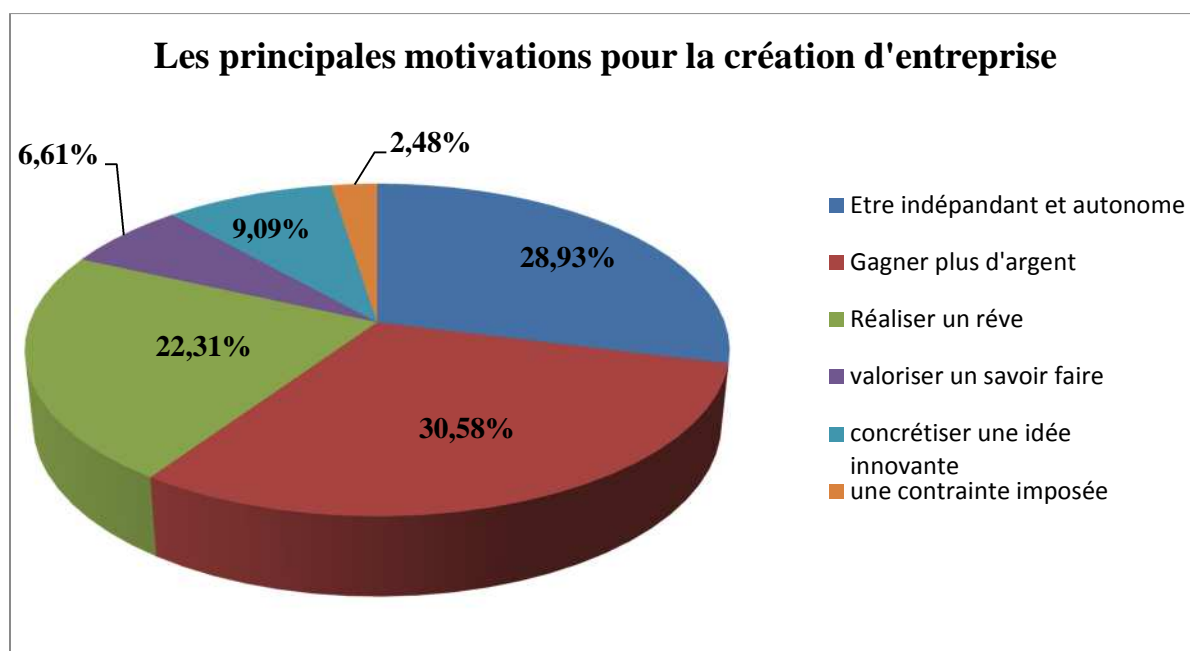


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.15 Les principales motivations pour la création d'entreprise

Les jeunes entrepreneurs sont dotés d'un fort besoin de gagner plus d'argent (30,58%), besoin d'indépendance et d'autonomie (28,93%), pour réaliser leurs rêves (28,93%). Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, c'est d'assurer et d'améliorer leurs avenir et leurs situations financières. Taux faible des enquêtés soit 9,09% ayant pour motivation de concrétiser une idée innovante et 6,61% de valoriser un savoir faire et 2,48% est une contrainte imposée.

La figure n°20 : Les principales motivations pour la création d'une entreprise

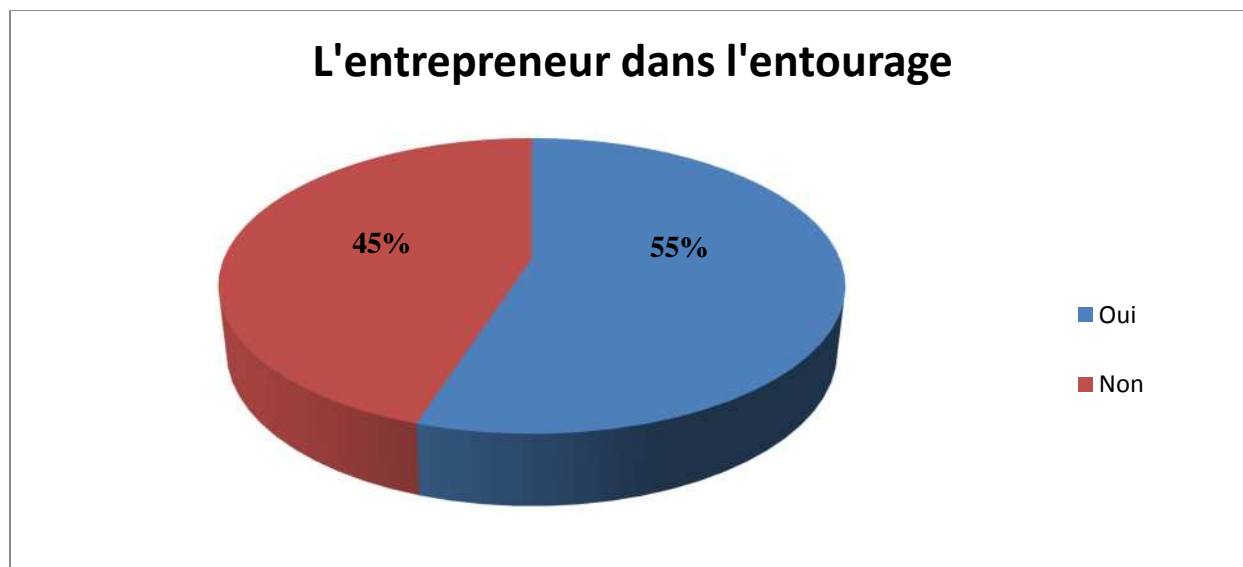


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.16 L'existence d'entrepreneur dans l'entourage

La majorité des étudiants soit 55 % des enquêtés (44 étudiants), déclarent l'existence des entrepreneurs dans leur entourage. Les 44 étudiants ont annoncé d'avoir des entrepreneurs, 59,09 % d'entre eux ont des amis entrepreneurs, 18,18 % des enquêtés ont affirmé d'avoir des frères entrepreneurs, 9,09 % des répondants ont déclaré d'avoir des pères entrepreneur, 6,82 % des enquêtés ont révélé d'avoir d'autres entrepreneur comme les cousins, 4,55 % et 2,27 % des enquêtés successivement ont déclaré d'avoir des mères et des sœurs entrepreneurs. Les 45% des étudiants disent qu'il n'y a pas d'entrepreneurs dans leurs entourages.

Figure n°21 : L'existence d'entrepreneur dans l'entourage

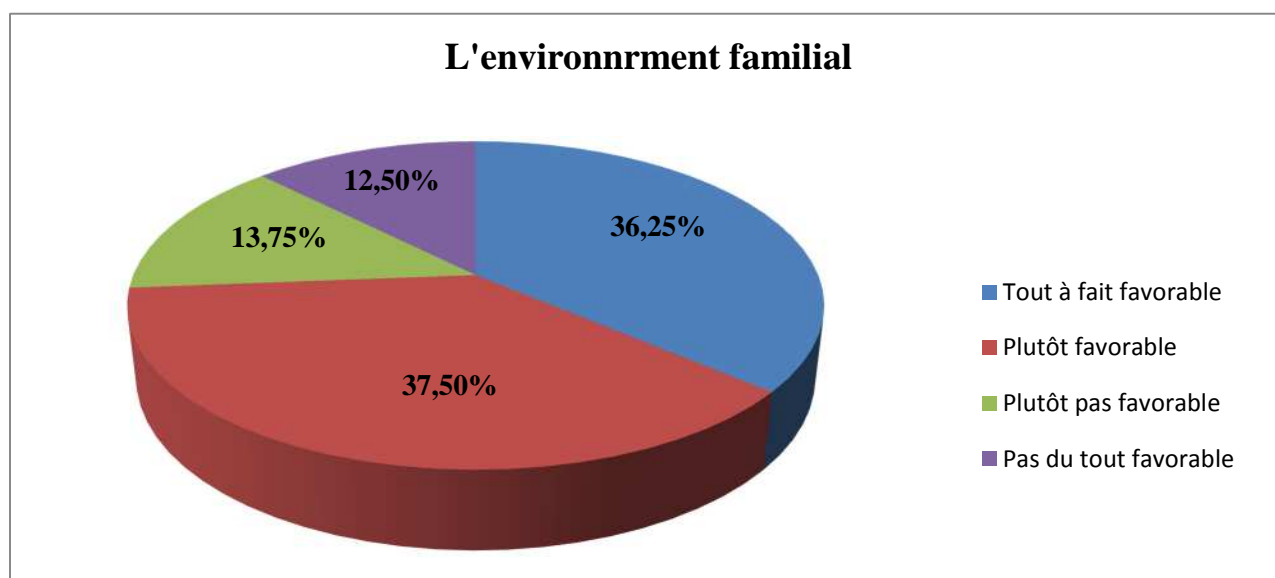


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.17 L'environnement familial

Cette figure montre d'après les réponses des étudiants respectivement soit 37,50% et 36,25% déclarent que l'environnement familial plutôt favorable et tout à fait favorable, ce qui influence positivement le développement de l'intention et la volonté de créer leurs propres affaires.

Figure n°22 : Environnement familial

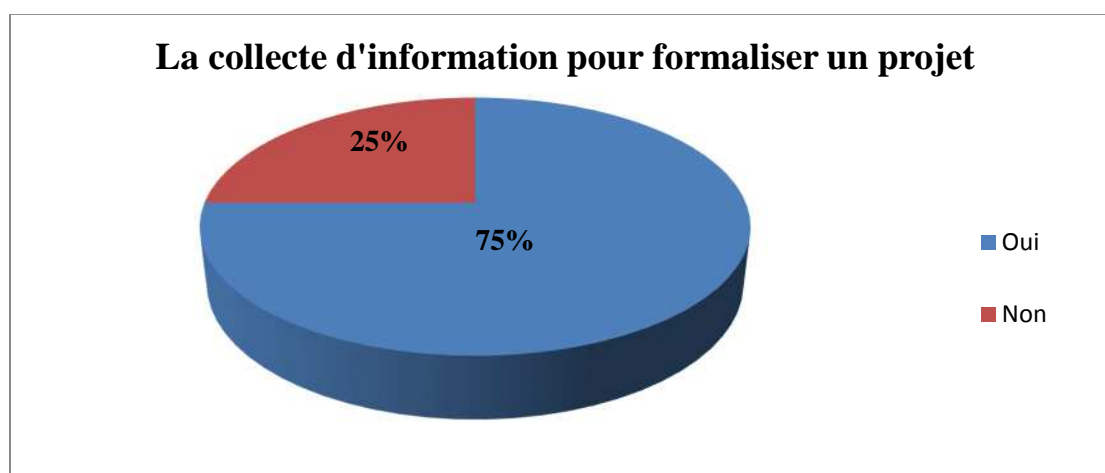


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.18 La collecte d'information pour formaliser un projet

Dans la figure n°23 Les résultats montrent que 75% des enquêtés ont commencé à collecter les informations nécessaires pour la réalisation de leur projet ce qui s'explique par leur sincère volonté de créer leur propre emploi. Par contre, les 25% des enquêtés ne sont pas mis à collecter les informations sur les conditions de la création d'une entreprise ce qui montre que le délai de concrétisation de leur projet reste encore loin.

Figure n°23 : La collecte d'information pour formaliser un projet

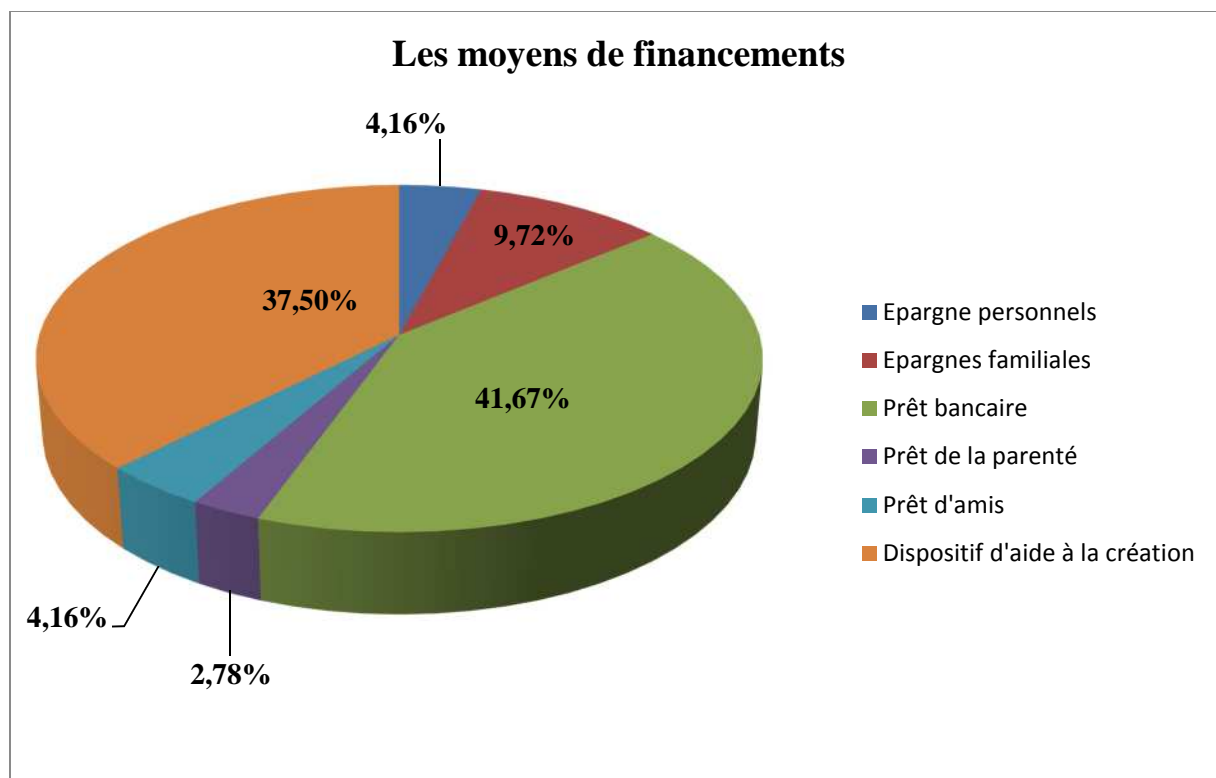


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants

### 2.2.19 Les moyens de financement

D'après notre enquête, les difficultés de financements constituent une contrainte majeure pour le lancement d'une affaire, la plupart des étudiants soit 41,67 % envisagent de solliciter les banques afin de se ressourcer financièrement pour lancer leur projet de création d'entreprise, et 37,50 % des enquêtés pensent aux dispositifs d'aide à la création d'entreprise qui s'explique par la simplification des procédures et les avantages octroyés par ces institutions financières. Par contre, un pourcentage faible de 9,72 % des enquêtés ont l'idée de s'appuyer sur les ressources familiales.

Figure n°24 : les moyens de financement



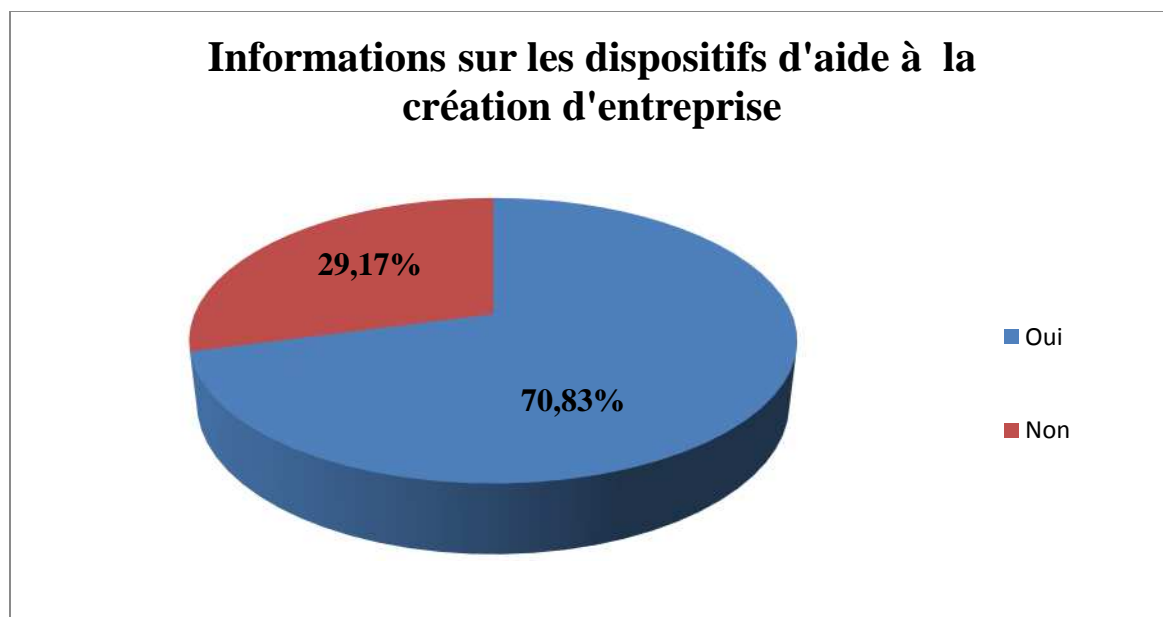
Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.20 : Informations sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise

D'après les résultats de notre travail, la plupart des étudiants soit 70,83% des enquêtés ont déjà cherché des informations sur les dispositifs d'aide à la création de l'entreprise, telle que : les lois, les conditions d'octroi d'un crédit par ces organismes de soutien. Pour le reste qui représente un taux de 29,17% de notre échantillon non pas fait de recherche pour s'informer de ses dispositifs.

**La figure n°25 : Informations sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise**



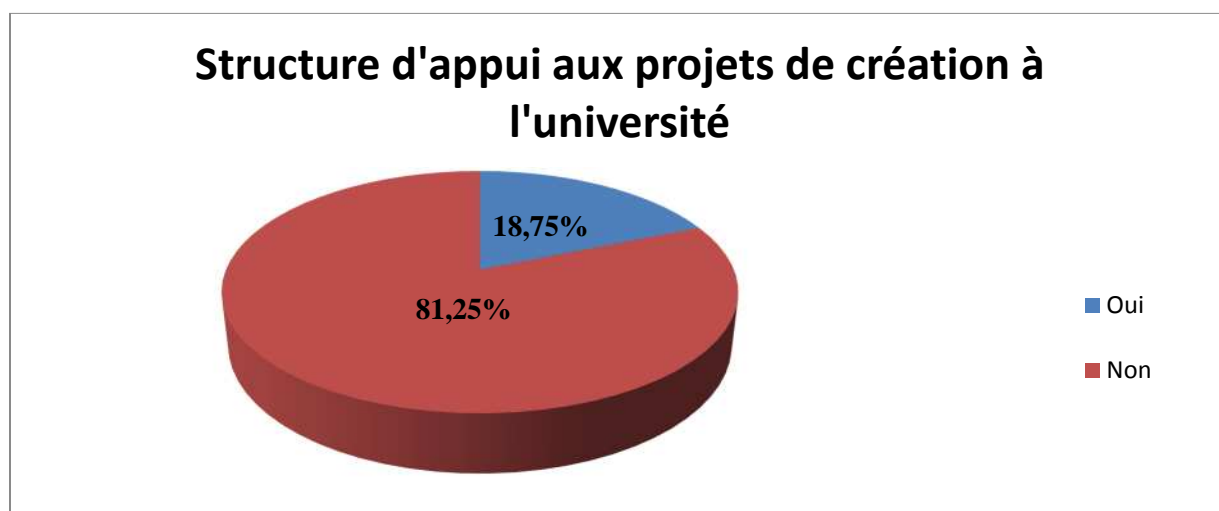


Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants

### 2.2.21 Structure d'appui aux projets de création en de l'université de Bejaïa

D'après les résultats de la figure n°26, 81,25% des étudiants disent qu'il n'y a pas de structure d'appui dans l'université de Bejaïa. Contrairement aux 18,75% des étudiants qui disent qu'il ya une structure d'appui au sein de l'université de Bejaïa comme la maison d'entrepreneuriat, injaz El djazair.

La figure n°26 : structure d'appui aux projets de création à l'université de Bejaia



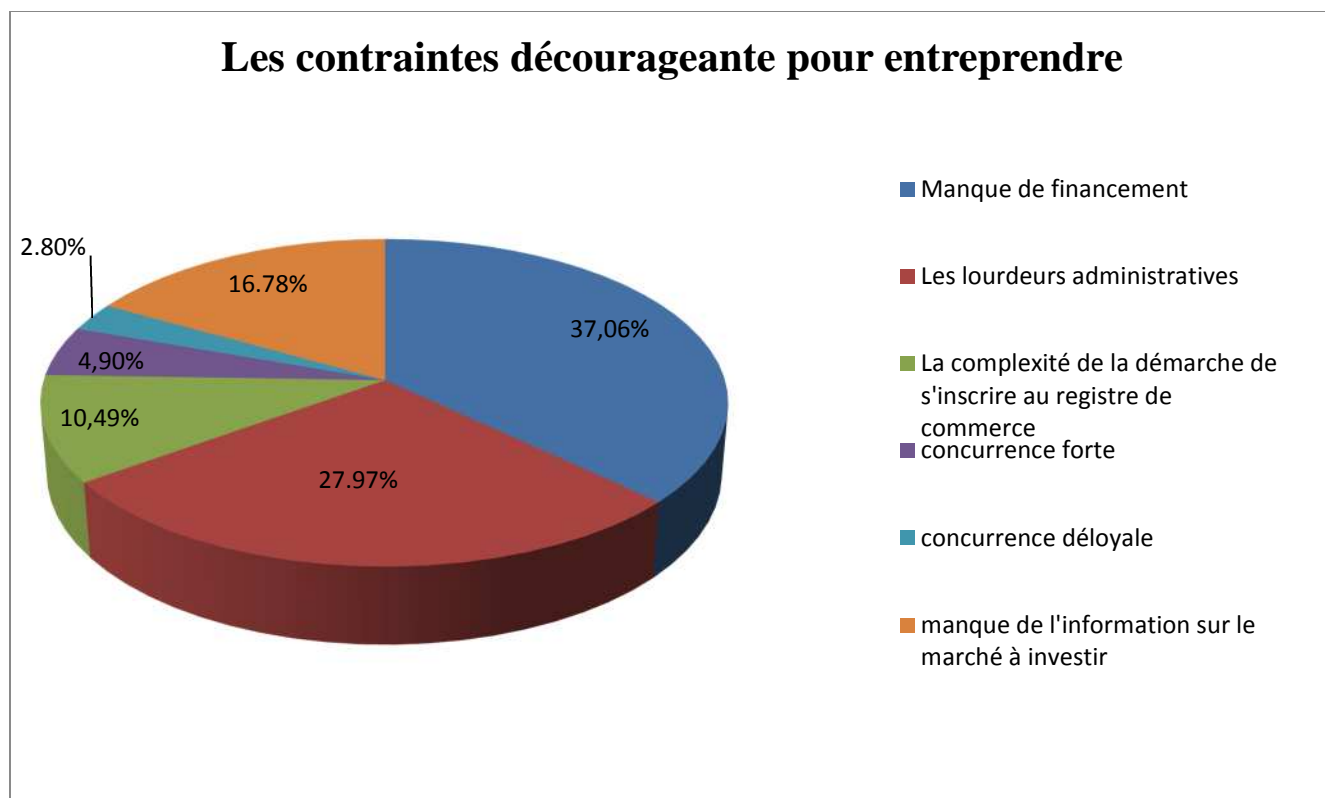
Source : établi par nous même d'après les réponses des étudiants.

### 2.2.22 Les contraintes décourageantes pour entreprendre

## Chapitre III Présentation des données et analyse des résultats

Cette figure montre que la majorité des étudiants respectivement 37,06% et 27,97% trouvent que le manque de financement et la lourdeur administrative sont des contraintes majeures décourageantes pour créer leur entreprise.

Figure n°27: Les contraintes décourageantes pour entreprendre



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

## Conclusion

## **Chapitre III      Présentation des données et analyse des résultats**

---

Après avoir présenté dans ce chapitre, les informations concernant les étudiants enquêtés, nous somme rendu compte que la plupart soit 80 % des étudiants veulent être entrepreneurs en exploitant leurs capacités et leurs connaissances afin de se lancer dans l'aventure de création d'entreprise et cela pour être indépendant et autonome et ne pas être sous l'autorité d'un chef hiérarchique. 90 % des enquêtés ont une vision d'entreprendre dans le futur dont successivement 48,61 % et 37,50 % parmi eux manifestent une intention moyenne et forte. Et que 63,89 % des enquêtés vont concrétiser leurs idées juste après l'obtention de leurs diplôme parce qu'ils disposent des moyens nécessaires pour créer leurs entreprise.

Il ressort également que 80% des répondants estiment que la formation universitaire développe des aptitudes entrepreneuriales. Donc, le système éducatif joue un rôle fondamental dans la formation du système de valeurs et peut aider à créer et développer des intentions et qualités entrepreneuriales chez les jeunes.

Nous pouvons constater également que l'influence des amis et l'existence des entrepreneurs dans l'entourage là où déclinent-les enquêtés joue un rôle important sur la formation d'une intention entrepreneuriale.

# **Conclusion générale**

# Conclusion générale

---

## Conclusion générale

Dans ce travail nous nous sommes penchés sur une présentation suivie d'un essai d'analyse de l'impact de la formation en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaïa. Nous avons établi au départ un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, dans lequel nous avons cerné les différents concepts de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, ensuite, nous avons tenté d'expliquer l'intention entrepreneuriale à travers les modèles liés à cette dernière ainsi les facteurs qui l'influencent, enfin le travail d'instruction mené par un questionnaire auprès de 80 étudiants ( fin de cycle licence, master1 et master2) de spécialité entrepreneuriat du département de sciences de gestion, nous a permis d'apporter les éléments de réponses à notre question de départ pour vérifier nos hypothèses.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept de l'entrepreneuriat qui est un vaste champ d'activité où se mêlent à la fois opportunités, sens des affaires, prise de risque, innovations, invention et créativité, intuition, persévérance, sens de l'organisation, pour aboutir à la création de la richesse sera la résultante des valeurs éducatives, de la culture, de l'itinéraire scolaire et professionnel de l'entrepreneur. Ce dernier est un acteur explicatif de la dynamique économique, vise à créer, maintenir et à développer une entreprise.

Toutefois la création d'entreprise est elle-même précédée par l'intention de créer, de telle sorte que nous ne pouvons aisément séparer l'intention d'entreprendre de l'acte lui-même. L'intention entrepreneuriale est avant tout un désir et une volonté d'entreprendre. Elle est considérée une phase importante du processus entrepreneurial. En effet, elle constitue la phase amont de tout acte entrepreneurial. Elle est le premier élément nécessaire pour le déclenchement du processus de création organisationnelle. Elle reflète les objectifs des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir. Cette volonté est personnelle, souvent influencée par plusieurs facteurs qui peuvent être psychologiques (attitudes), socioculturel (éducation, territoire) ou économique, c'est à dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial, professionnel de l'étudiant, tels que les aides diverses dont il bénéficie, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques. A travers ses motivations, ses expériences professionnelles, ses origines sociales, on pourrait voir les caractéristiques des étudiants de notre échantillon, c'est à dire ce qui a contribué à la formation de l'intention et de l'esprit d'entreprise.

## Conclusion générale

---

À l'issue de l'analyse des données collectées, les résultats nous permettent de conclure que les deux hypothèses qu'on a proposé sont validées. La première qui est la formation en entrepreneuriat influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants est vérifiée, car pour la plupart des étudiants enquêtés soit 68.05 % ont l'intention pendant leurs formation en entrepreneuriat, et que 80 % ont déclaré que leurs formation universitaire a permet de développer des aptitudes entrepreneuriales telles que le développement d'un esprit de prise de risque, des capacités de gérer une entreprise et de rédiger un business plan. Concernant la deuxième qui porte l'existence d'entrepreneur dans l'entourage influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants La majorité des étudiants soit 55 % des enquêtés (44 étudiants), déclarent l'existence des entrepreneurs dans leur entourage. Les 44 étudiants ont annoncé d'avoir des entrepreneurs, 59,09 % d'entre eux ont des amis entrepreneurs, 18,18 % des enquêtés ont affirmé d'avoir des frères entrepreneurs, 9,09 % des répondants ont déclaré d'avoir des pères entrepreneur, 6,82 % des enquêtés ont révélé d'avoir d'autres entrepreneur comme les cousins, 4,55 % et 2,27 % des enquêtés successivement ont déclaré d'avoir des mères et des sœurs entrepreneurs.

# **Bibliographie**

# Bibliographies

---

## Ouvrage :

1. Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011
2. Danjou I, «Entreprendre : la passion d’accomplir ensemble », Editions L’Harmattan, 2004.
3. Fayolle A, « Introduction à l’entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005.
4. Fayolle A., « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre », Dunod 2004.
5. Fillion I-j ; Fayolle A, « Devenir entrepreneur des enjeux aux outils », édition village mondial, 2006.
6. Hernandez E.M., Marco L, « Entrepreneur et décision, de l’intention à l’acte », Paris, Editions ESKA, 2006.
7. Hernandez Emile-Michel, « Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d’entrepreneuriat », édition l’harmattan, Paris 1999.
8. Julien. P.A et Marchesnay. M, « L’entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996.
9. Koenig G, « Management stratégique-vision, manœuvre et tactique », Edition Nathan, 1<sup>er</sup>édition, Paris, 1990.
10. Marie-Claude Esposito et Christine Zumello, « L’entrepreneur et la dynamique économique, l’approche anglo-saxonne », édition Economica, 2003.
11. Oullet, Fernand et Pagé, Michel, « pluriethnicité, éducation et société. Construire un espace commun », institut québécois de recherche sur la culture, 1991.
12. Schumpeter J.A, « Théorie de l’évolution économique », édition Dolloz, Paris, 1938.
13. Verstraete T, « Histoire d’entreprendre-les réalités de l’entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000.
14. Verstraete Thierry et Saporta Bertrand, « Création d’entreprise et entrepreneuriat » édition ADREG, France, 2006.
15. Westley F.R., Mintzberg H. (1988), «Profiles of Strategic Vision: Levesque and Iacocca» in J. Conger, Kanungo and Associates (ed), Charismatic Leadership, San Francisco, Jossey Bass, 161-211.

## Thèses et mémoires :



## Bibliographies

---

1. Bourguiba M, « De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes », Gestion et management, Université Nancy 2, 2007.
2. Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, soutenue en 2005.
3. Léna Saleh, « L'intention entrepreneuriale des étudiants, cas du bilan », thèse de doctorat, 30 septembre 2011.
4. Tounés A, « L'intention entrepreneuriale, une recherche comparative entre des étudiants suivants des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », thèse de doctorat en science de gestion, université de Paris, France, 2003.

### Revue et article :

1. Albert P. Et Mougenot P, « La création d'entreprises high-tech », Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, 1988.
2. Benavent C, Verstraete T, « Entrepreneuriat et NTIC - construction et régénération du Business-model », édition, Histoire d'entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat, Paris, Management et Société, 2000.
3. Bensedik A et Ouchallal E, « La dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale », Les Cahiers du CREAD n°90, 2009.
4. Berreziga Amina et Meziane Amina « la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs Algériens », colloque national.
5. Carrière J.B, « La vision stratégique en contexte de PME : cadre théorique et étude empirique », Revue internationale de PME, 4(1), 34-39, 1991.
6. Filion L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », cahier de recherche, 1997.
7. Gartner W.B, « Who is an entrepreneur? Is the wrong question », American journal of small business, 12(4), 1988, 11-32.
8. Gasse Y, « Entreprendre moderne : attribut et fonctions », revue internationale de gestion, vol 7, n°4, 1883.
9. Julien P-A, Cadieux L, « La mesure d'entrepreneuriat », Institut de la statistique de la Québec, 4<sup>e</sup> trimestre, 2010.

## Bibliographies

---

10. Katz, J.A, « Longitudinal analysis of self-employment follows through», International Journal of entrepreneurship and regional development 1990, volume 2.
11. OCDE, « Stimuler l'esprit d'entreprise », Paris, 1998.
12. Shane, S. ET Venktaraman, S, «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research», the Academy of Management Review, Vol. 25, N° 1, 2000.
13. SWEENEY G. (1988), « Entrepreneurs and regional development», European Foundation for Management Development, 18ème séminaire sur les PME, Gand.
14. Toulouse Jean-Marie, « La culture entrepreneuriale », Montréal, 1990.

### **Site internet**

[www.univ-bejaia.dz](http://www.univ-bejaia.dz)

# Liste des tableaux

# Liste des tables

---

## Liste des tableaux

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tableau N°1 : les formes de l'entrepreneuriat .....                           | 11 |
| Tableau N°2 : Définition d'entrepreneur selon les écoles de pensée .....      | 18 |
| Tableau N°3 : Synthèses des caractéristiques et qualités d'entrepreneur ..... | 20 |
| Tableau n°4 : Typologies d'entrepreneurs .....                                | 23 |
| Tableau n°5: Les étudiants inscrit en formation entrepreneuriale.....         | 44 |
| Tableau n°6 : Les modules enseignés 3 <sup>ème</sup> année licence.....       | 44 |
| Tableau n°7 : Les modules enseignés en master1 et master2 .....               | 45 |
| Tableau°8 : la taille de l'échantillon de notre enquête .....                 | 47 |
| Tableau n° 9: La taille de l'échantillon étudié .....                         | 47 |
| Tableau n°10 : Répartition des étudiants selon l'âge .....                    | 49 |

# Liste des figures

## Liste des figures

---

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figure n°01 : la formation de l'évènement entrepreneuriale.....                                     | 33 |
| Figure n°02: Théorie du comportement planifié .....                                                 | 35 |
| Figure n°03 : Modèle de Shapero revisité par Krueger (1993 .....                                    | 36 |
| Figure n°04 : Le modèle de la formation d'organisation .....                                        | 37 |
| Figure n°05 : Répartition des étudiants selon le genre .....                                        | 48 |
| Figure n°06 : Répartition des étudiants selon le niveau d'étude .....                               | 49 |
| Figure n°07 : Le choix de la spécialité .....                                                       | 50 |
| Figure n°08 : Les raisons de choix .....                                                            | 50 |
| Figure n° 09 : la qualité de la formation entrepreneuriale.....                                     | 51 |
| Figure n°10 : La vie professionnelle .....                                                          | 51 |
| Figure n°11 : L'intention d'entreprendre .....                                                      | 52 |
| Figure n°12 : Le degré de l'intention de créer une entreprise .....                                 | 53 |
| Figure n°13 : Période de la formation de l'intention .....                                          | 53 |
| Figure n°14 : La perception de la création d'entreprise par l'étudiant .....                        | 54 |
| Figure n°15 : Le délai de concrétisation de création d'entreprise.....                              | 55 |
| Figure n°16 : la forme de création d'entreprise .....                                               | 55 |
| Figure n°17: Le secteur d'activité .....                                                            | 56 |
| Figure n° 18 : les facteurs influençant le développement de l'intention .....                       | 57 |
| Figure n° 19 : La formation universitaire permet de développer les aptitudes entrepreneuriales..... | 58 |
| Figure n°20 : Les principales motivations pour créer une entreprise.....                            | 59 |
| Figure n°21 : L'existence d'entrepreneur dans l'entourage .....                                     | 60 |
| Figure n°22 : Environnement familial.....                                                           | 60 |
| Figure n°23 : La collecte d'information pour formaliser un projet .....                             | 61 |
| Figure n°24 : les moyennes de financement .....                                                     | 62 |
| Figure n°25 : Informations sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise .....              | 63 |
| Figure n°26 : structure d'appui aux projets de création à l'université de Bejaia .....              | 63 |
| Figure n°27: Les contraintes décourageantes pour entreprendre .....                                 | 64 |

# **Annexe**

**UNIVERSITE ABDERAHMANE MIRA DE BEJAIA**  
**Faculté des Sciences Economique, Commerciale et des Sciences de Gestion.**  
**Département des Sciences de Gestion**  
**Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences de gestion université de Bejaïa sur l'impact de la formation universitaire en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale : cas des étudiants de l'université de Bejaïa, nous vous prions de bien vouloir consacrer un peu de temps pour répondre à ce questionnaire. Toutes les réponses sont volontaires et seront traitées de façon confidentielle.

Merci pour votre collaboration.

**Axe I : Informations sur l'étudiant et sa formation**

1. Veuillez indiquer votre :

- Nom..... prénom.....
- Sexe:    Masculin             Féminin
- Age .....
- Niveau d'étude :    Licence             Master I             Master II
- Spécialité d'étude.....

2. Votre discipline d'étude est-elle :

Choisie             Imposée

Si c'est votre choix, Pourquoi

- Compléter une formation en gestion par une formation entrepreneuriale
- Approfondir mes connaissances en gestion
- Découvrir une discipline qui m'intéresse
- Développer mes aptitudes entrepreneuriales

Autre, précisez.....

3. Comment mesurez-vous la qualité de votre formation ?

Suffisante             Moyenne             Insuffisante

4. Que préférez-vous être dans la vie professionnelle :

Salarié             entrepreneur

**Axe II : Intention entrepreneuriale**

5. Avez-vous l'intention d'entreprendre dans le futur ?

Oui             Non

Si Oui, veuillez répondre aux questions suivantes, si Non veuillez répondre aux questions (9, 14, 16, 17, 21 et 22).

6. Votre intention de créer une entreprise est ?

Faible             Moyenne             Forte             Très forte

7. Depuis quand avez-vous eu cette intention ?

Avant de faire la spécialité             Durant la spécialité

8. Créer une entreprise en tant qu'étudiant ou à la fin de vos études est selon vous :

Très facile             Assez facile             Assez difficile             Très difficile



9. Quelle sont les délais de concrétisation de votre intention de créer une entreprise ?  
 Pendant vos études  Juste après l'obtention de votre diplôme   
 Longtemps après l'obtention du diplôme  Jamais

10. Sous quelle forme voulez-vous créer votre entreprise ?  
 Une nouvelle création d'entreprise  Reprise d'une entreprise familiale   
 Faire une profession libérale

11. Dans quel secteur d'activité avez-vous l'intention d'entreprendre ?  
 Industrie  Service  Agriculture  Artisanat   
 Autre.....

12. Les facteurs influençant le développement de votre intention est:  
 - L'existence des idées promotrices de projets   
 - La formation universitaire en entrepreneuriat   
 - L'existence d'une opportunité   
 - L'existence d'un environnement favorable (profs, parents, amis)   
 - Disposer des compétences nécessaires pour la création d'entreprise   
 - Suite à des rencontres avec des entrepreneurs

Autre, précisez.....

13. Est ce que votre formation universitaire vous a permet de développer des aptitudes entrepreneuriales ?  
 Oui  Non

Si oui, de quelle manière :  
 - Capacité de diriger une entreprise   
 - Esprit de prendre des risques   
 - Capacité de rédiger un business plan   
 - Capacité de saisir des occasions   
 - Capacité de réussir des affaires

Autre, précisez.....

14. Quelles sont vos principales motivations pour créer une entreprise ?  
 - Etre indépendant et autonome   
 - Gagner plus d'argent   
 - Réaliser un rêve   
 - Valoriser un savoir faire   
 - Concrétiser une idée innovante   
 - Une contrainte imposée

Autre, précisez .....

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

Si Oui, Qui sont? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)  
 Père  Mère  Frères  Sœurs  Amis

Autre, précisez :.....

16. Votre environnement familial est-il favorable et incitatif à la création d'entreprise ?  
 - Tout à fait favorable  Plutôt favorable   
 - Plutôt pas favorable  Pas du tout favorable

17. Consacrez-vous actuellement du temps à la recherche d'informations pour mieux formaliser votre idée ou projet d'entreprise ?

Oui  Non

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

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

19. Avez-vous déjà été informé sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ?

Oui  Non

20. Existe-il une structure d'appui aux projets de création d'entreprise à l'université de Bejaia?

Oui  Non

Si oui, pouvez vous cité son nom .....

21. Quels sont les contraintes que vous juger décourageante pour entreprendre ?

- Manque de financement
- Les lourdeurs administratives
- La complexité de la démarche de s'inscrire au registre de commerce
- Concurrence forte
- Concurrence déloyale
- Manque de l'information sur le marché à investir

### 1. Tableau : répartition des étudiants selon le genre

|                 | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-----------------|-----------------|--------------------|
| <b>Masculin</b> | <b>30</b>       | <b>37.50 %</b>     |
| <b>Féminin</b>  | <b>50</b>       | <b>62.50 %</b>     |
| <b>Totale</b>   | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

### 2. Répartition des étudiants selon le niveau d'étude

|                  | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Licence 3</b> | <b>38</b>       | <b>47.50 %</b>     |
| <b>Master 1</b>  | <b>26</b>       | <b>32.50 %</b>     |
| <b>Master 2</b>  | <b>16</b>       | <b>20 %</b>        |
| <b>Total</b>     | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

### 3. Le choix de la spécialité

|                | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|----------------|-----------------|--------------------|
| <b>Choisie</b> | <b>57</b>       | <b>71.25 %</b>     |
| <b>Imposée</b> | <b>23</b>       | <b>28.75 %</b>     |
| <b>Total</b>   | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

### 4. Tableau : Les raisons de choix

|                                                   | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Compléter une formation en gestion</b>         | <b>14</b>       | <b>24.56 %</b>     |
| <b>Approfondir mes connaissances en gestion</b>   | <b>10</b>       | <b>17.55 %</b>     |
| <b>Découvrir une discipline qui m'intéresse</b>   | <b>7</b>        | <b>12.28 %</b>     |
| <b>Développer mes aptitudes entrepreneuriales</b> | <b>26</b>       | <b>45.61 %</b>     |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>57</b>       | <b>100 %</b>       |

### 5. La qualité de la formation entrepreneuriale

|                     | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Suffisante</b>   | <b>11</b>       | <b>13.75 %</b>     |
| <b>Moyenne</b>      | <b>61</b>       | <b>10 %</b>        |
| <b>Insuffisante</b> | <b>8</b>        | <b>76.25 %</b>     |
| <b>TOTAL</b>        | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

### 6. La vie professionnelle

|                     | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Salarié</b>      | <b>16</b>       | <b>20 %</b>        |
| <b>Entrepreneur</b> | <b>64</b>       | <b>80 %</b>        |
| <b>Total</b>        | <b>80</b>       | <b>100</b>         |

### 7. L'intention d'entreprendre dans le futur

|              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | <b>72</b>       | <b>90 %</b>        |
| <b>Non</b>   | <b>8</b>        | <b>10 %</b>        |
| <b>Total</b> | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

### 8. Le degré de l'intention de créer une entreprise

|                   | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Faible</b>     | <b>4</b>        | <b>5.56 %</b>      |
| <b>Moyenne</b>    | <b>35</b>       | <b>48.61 %</b>     |
| <b>Forte</b>      | <b>27</b>       | <b>37.50 %</b>     |
| <b>Très forte</b> | <b>6</b>        | <b>8.33 %</b>      |
| <b>Total</b>      | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

### 9. Période de la formation de l'intention

|                                     | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Avant de faire la spécialité</b> | <b>23</b>       | <b>31.95 %</b>     |
| <b>Durant la spécialité</b>         | <b>49</b>       | <b>68.05 %</b>     |
| <b>Total</b>                        | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

### 10. la perception de la création d'entreprise par l'étudiant

|                        | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Très facile</b>     | <b>1</b>        | <b>1.25 %</b>      |
| <b>Assez facile</b>    | <b>15</b>       | <b>18.75 %</b>     |
| <b>Assez difficile</b> | <b>44</b>       | <b>55 %</b>        |
| <b>Très difficile</b>  | <b>20</b>       | <b>25 %</b>        |
| <b>Total</b>           | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

### 11. Le délai de concrétisation de création

|                                                 | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-------------------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Pendant vos études</b>                       | <b>4</b>        | <b>05.56 %</b>     |
| <b>Juste après l'obtention de votre diplôme</b> | <b>46</b>       | <b>63.89 %</b>     |
| <b>Longtemps après l'obtention du diplôme</b>   | <b>22</b>       | <b>30.55 %</b>     |
| <b>Jamais</b>                                   | <b>0</b>        | <b>00.00 %</b>     |
| <b>Total</b>                                    | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

### 12. la forme de création d'entreprise

|                                           | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-------------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Une nouvelle création d'entreprise</b> | <b>51</b>       | <b>70.84 %</b>     |
| <b>Reprise d'une entreprise familiale</b> | <b>8</b>        | <b>11.11 %</b>     |
| <b>Faire une profession libérale</b>      | <b>13</b>       | <b>18.05 %</b>     |
| <b>Total</b>                              | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

### 13. Secteur d'activité

|                    | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Industrie</b>   | <b>35</b>       | <b>48.61 %</b>     |
| <b>Service</b>     | <b>23</b>       | <b>31.94 %</b>     |
| <b>Agriculture</b> | <b>06</b>       | <b>08.33 %</b>     |
| <b>Artisanat</b>   | <b>06</b>       | <b>08.33 %</b>     |
| <b>Commerce</b>    | <b>02</b>       | <b>02.78 %</b>     |
| <b>Total</b>       | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

### 14. Les facteurs influençant le développement de l'intention entrepreneuriale

|                                                                           | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>L'existence des idées promotrices de projets</b>                       | <b>20</b>       | <b>20.20 %</b>     |
| <b>La formation universitaire en entrepreneuriat</b>                      | <b>28</b>       | <b>28.28 %</b>     |
| <b>L'existence d'une opportunité</b>                                      | <b>23</b>       | <b>23.23 %</b>     |
| <b>L'existence d'un environnement favorable</b>                           | <b>07</b>       | <b>07.07 %</b>     |
| <b>Disposer des compétences nécessaires pour la création d'entreprise</b> | <b>12</b>       | <b>12.12 %</b>     |
| <b>Suite des rencontres avec des entrepreneurs</b>                        | <b>09</b>       | <b>09.10 %</b>     |
| <b>total</b>                                                              | <b>99</b>       | <b>100 %</b>       |

### 15. La formation et les aptitudes entrepreneuriales

|              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | <b>64</b>       | <b>80 %</b>        |
| <b>Non</b>   | <b>16</b>       | <b>20 %</b>        |
| <b>Total</b> | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

## 16. Les principales motivations pour créer une entreprise

|                                       | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Etre indépendant et autonome</b>   | <b>35</b>       | <b>28.93 %</b>     |
| <b>Gagner plus d'argent</b>           | <b>37</b>       | <b>30.58 %</b>     |
| <b>Réaliser un rêve</b>               | <b>27</b>       | <b>22.31 %</b>     |
| <b>Valoriser un savoir faire</b>      | <b>8</b>        | <b>06.61 %</b>     |
| <b>Concrétiser une idée innovante</b> | <b>11</b>       | <b>09.09 %</b>     |
| <b>Une contrainte imposée</b>         | <b>3</b>        | <b>2.48 %</b>      |
| <b>Total</b>                          | <b>121</b>      | <b>100 %</b>       |

## 17. L'entrepreneur dans l'entourage

|              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | <b>44</b>       | <b>55 %</b>        |
| <b>Non</b>   | <b>36</b>       | <b>45 %</b>        |
| <b>Total</b> | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

## 18. L'environnement familial

|                              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Tout à fait favorable</b> | <b>29</b>       | <b>36.25 %</b>     |
| <b>Plutôt favorable</b>      | <b>30</b>       | <b>37.50 %</b>     |
| <b>Plutôt pas favorable</b>  | <b>11</b>       | <b>13.75 %</b>     |
| <b>Pas du tout favorable</b> | <b>10</b>       | <b>12.50 %</b>     |
| <b>Total</b>                 | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

## 19. Collecte d'information pour formaliser un projet

|              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | <b>54</b>       | <b>75 %</b>        |
| <b>Non</b>   | <b>18</b>       | <b>25 %</b>        |
| <b>Total</b> | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

## 20. Les moyens de financement

|                                        | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|----------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Epargne personnels</b>              | <b>3</b>        | <b>4.16 %</b>      |
| <b>Epargne familiales</b>              | <b>7</b>        | <b>9.72 %</b>      |
| <b>Prêt bancaire</b>                   | <b>30</b>       | <b>41.67 %</b>     |
| <b>Prêt de la parenté</b>              | <b>2</b>        | <b>2.78 %</b>      |
| <b>Prêt d'amis</b>                     | <b>3</b>        | <b>4.16 %</b>      |
| <b>Dispositif d'aide à la création</b> | <b>27</b>       | <b>37.50 %</b>     |
| <b>Total</b>                           | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

## 21. Information sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise

|              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | <b>51</b>       | <b>70.83 %</b>     |
| <b>Non</b>   | <b>21</b>       | <b>29.17 %</b>     |
| <b>Total</b> | <b>72</b>       | <b>100 %</b>       |

## 22. Structure d'appui aux projets de création à l'université

|              | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | <b>15</b>       | <b>18.75 %</b>     |
| <b>Non</b>   | <b>65</b>       | <b>81.25 %</b>     |
| <b>Total</b> | <b>80</b>       | <b>100 %</b>       |

## 23. Contrainte décourageante pour entreprendre

|                                                                           | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Manque de financement</b>                                              | <b>53</b>       | <b>37.06 %</b>     |
| <b>Les lourdeurs administratives</b>                                      | <b>40</b>       | <b>27.097 %</b>    |
| <b>La complexité de la démarche de s'inscrire au registre de commerce</b> | <b>15</b>       | <b>10.49 %</b>     |
| <b>Concurrence forte</b>                                                  | <b>07</b>       | <b>4.09 %</b>      |
| <b>Concurrence déloyale</b>                                               | <b>04</b>       | <b>2.08 %</b>      |
| <b>Manque de l'information sur le marché à investir</b>                   | <b>24</b>       | <b>16.78 %</b>     |
| <b>Total</b>                                                              | <b>143</b>      | <b>100 %</b>       |



# Table des matières

---

**Remerciement**

**Dédicaces**

**Liste des abréviations**

**Sommaire**

**Introduction général ..... 01**

**Chapitre I : Cadre théorique de l'entrepreneuriat**

Introduction ..... 04

**Section1 : Le champ de l'entrepreneuriat**

1.1 Définition de l'entrepreneuriat ..... 04

1.2 Les conceptions de l'entrepreneuriat ..... 05

1.2.1. L'entrepreneuriat comme un processus d'opportunité ..... 05

1.2.2. L'entrepreneuriat comme processus de création de valeur ..... 06

1.2.3. L'entrepreneuriat comme un processus d'émergence organisationnelle..... 06

1.2.4. L'entrepreneuriat comme processus d'innovation ..... 07

1.3. Les approches théoriques de l'entrepreneuriat ..... 07

1.3.1. L'approche Trait..... 07

1.3.2. L'approche comportementale ..... 08

1.3.3. L'approche cognitive ..... 09

1.4. Les forme de l'entrepreneuriat ..... 09

1.4.1 Création pure d'entreprise ..... 09

1.4.2 Essaimage ..... 09

1.4.3 Reprise d'entreprise..... 10

1.4.4 Développement et croissance d'une entreprise ..... 10

1.4.5 Intraprenariat ..... 10

1.5. L'importance de l'entrepreneuriat..... 11

1.5.1 Entrepreneuriat et croissance économique ..... 11

1.5.2 Entrepreneuriat et création d'emploi..... 12

1.5.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise ..... 12

1.5.4 Entrepreneuriat et innovation ..... 12

1.6 L'enseignement de l'entrepreneuriat aux universités ..... 12

1.6.1 L'importance et les avantages de la formation en entrepreneuriat..... 13

1.6.2 Les meilleures pratiques pouvant promouvoir l'esprit d'entreprise au sein de l'université..... 14

A. Création d'un pôle d'enseignement dédié à l'entrepreneuriat..... 14

# Table des matières

---

|                                                                                              |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| B. Création d'une maison d'entrepreneuriat .....                                             | 14        |
| C. Création d'un centre de carrière .....                                                    | 15        |
| D. Les pépinières et incubateurs d'entreprises.....                                          | 15        |
| E. L'organisation de concours des meilleurs projets .....                                    | 16        |
| F. Former à l'entrepreneuriat mais autrement .....                                           | 16        |
| G. Implication des professionnels .....                                                      | 16        |
| H. Coopération avec d'autres universités.....                                                | 17        |
| <b>Section 2: L'acteur principal de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur.....</b>              | <b>17</b> |
| 2.1. Définition de l'entrepreneur et ses caractéristiques .....                              | 17        |
| 2.1.1. Définition de l'entrepreneur .....                                                    | 17        |
| 2.1.2. Les caractéristiques de l'entrepreneur.....                                           | 19        |
| 2.2 Les typologies de l'entrepreneur .....                                                   | 21        |
| 2.3 Les objectifs de l'entrepreneur .....                                                    | 24        |
| 2.3.1 La satisfaction des clients et la qualité .....                                        | 24        |
| 2.3.2 L'indépendance financière .....                                                        | 24        |
| 2.2.3 La croissance du CA et la croissance des bénéfices.....                                | 24        |
| Conclusion.....                                                                              | 25        |
| <b>Chapitre II : L'intention entrepreneuriale</b>                                            |           |
| Introduction .....                                                                           | 26        |
| <b>Section1: L'intention entrepreneuriale .....</b>                                          | <b>26</b> |
| 1.1 Définition de l'intention et quelques autres concepts .....                              | 26        |
| 1.1.1 Définition de l'intention entrepreneuriale .....                                       | 26        |
| 1.1.2 Définition de quelques concepts.....                                                   | 28        |
| A. L'esprit d'entreprise .....                                                               | 28        |
| B. La culture entrepreneuriale.....                                                          | 28        |
| 1.2 Place de l'intention dans le processus entrepreneurial.....                              | 29        |
| 1.2.1 Le processus conceptuel : Intention et vision entrepreneuriales .....                  | 29        |
| 1.2.2 Le processus de déclenchement : de l'intention à l'action entrepreneuriale.....        | 30        |
| <b>Section02 : les modèles de l'intention entrepreneuriale .....</b>                         | <b>31</b> |
| 2.1 Les modèle de l'intention entrepreneuriale .....                                         | 31        |
| 2.1.1 Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)...32 |           |
| 2.1.2 La théorie du comportement planifié d'AJZEN (1991) .....                               | 33        |
| 2.1.3 Le modèle de Krueger et Carsrud (1993).....                                            | 35        |
| 2.1.4 La formation de l'organisation .....                                                   | 36        |

# Table des matières

---

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2 Les facteurs déclencheurs de l'intention entrepreneuriale .....                   | 38        |
| 2.2.1 les facteurs psychologiques .....                                               | 38        |
| 2.2.2 Facteurs socioculturel.....                                                     | 40        |
| 2.2.3 Facteurs économiques .....                                                      | 41        |
| Conclusion.....                                                                       | 41        |
| <b>Chapitre III : Présentation des données et analyse des résultats</b>               |           |
| Introduction .....                                                                    | 42        |
| <b>Section1 : présentation de l'université de Bejaia.....</b>                         | <b>42</b> |
| 1.1 Présentation de l'université de Bejaia .....                                      | 42        |
| 1.2 La formation entrepreneuriale au sein de l'université de Bejaia.....              | 43        |
| <b>Section2 : analyse des résultats de l'enquête des résultats .....</b>              | <b>46</b> |
| 2.1 Méthodologie de la recherche .....                                                | 46        |
| 2.1.1 Objectif de l'enquête .....                                                     | 46        |
| 2.1.2 Elaboration du questionnaire.....                                               | 46        |
| 2.1.3 La taille de l'échantillon.....                                                 | 47        |
| 2.2 Présentation des données et analyse des résultats de l'enquête de terrain .....   | 48        |
| 2.2.1 Répartition des étudiants selon le genre .....                                  | 48        |
| 2.2.2 Répartition des étudiants selon l'âge.....                                      | 48        |
| 2.2.3 Répartition des étudiants selon le niveau d'étude .....                         | 49        |
| 2.2.4 Le choix de la spécialité .....                                                 | 49        |
| 2.2.5 La qualité de la formation entrepreneuriale .....                               | 50        |
| 2.2.6 La vie professionnelle .....                                                    | 51        |
| 2.2.7 L'intention d'entreprendre dans le futur .....                                  | 52        |
| 2.2.8 Le degré de l'intention de créer une entreprise .....                           | 52        |
| 2.2.9 La perception de la création d'entreprise par l'étudiant.....                   | 54        |
| 2.2.10 Le délai de concrétisation de création d'entreprise .....                      | 54        |
| 2.2.11 La forme de la création d'entreprise .....                                     | 55        |
| 2.2.12 Le secteur d'activité préféré par les étudiants .....                          | 56        |
| 2.2.13 Les facteurs influençant le développement de l'intention entrepreneuriale..... | 56        |
| 2.2.14 La formation universitaire et les aptitudes entrepreneuriales.....             | 57        |
| 2.2.15 Les principales motivations pour créer une entreprise .....                    | 58        |
| 2.2.16 L'existence d'entrepreneur dans l'entourage .....                              | 59        |
| 2.2.17 L'environnement familial .....                                                 | 60        |
| 2.2.18 La collecte d'information pour formaliser un projet.....                       | 61        |

## Table des matières

---

|        |                                                                             |    |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.19 | Les moyens de financement .....                                             | 61 |
| 2.2.20 | Informations sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise .....    | 62 |
| 2.2.21 | Structure d'appui aux projets de création en de l'université de Bejaia..... | 63 |
| 2.2.22 | Les contraintes décourageantes pour entreprendre .....                      | 64 |
|        | Conclusion.....                                                             | 65 |
|        | Conclusion générale .....                                                   | 66 |
|        | Bibliographie                                                               |    |
|        | Liste des tableaux                                                          |    |
|        | Liste des figures                                                           |    |
|        | Annexe                                                                      |    |
|        | Résumé                                                                      |    |

## Résumé

La formation entrepreneuriale modifie les attitudes, change les comportements et les croyances des jeunes étudiants quant à l'entrepreneuriat. Ce dernier est initié par une volonté d'un futur entrepreneur doté d'un fort sentiment de prise de risque, de ce fait cette recherche a pour objectif d'expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants. L'idée centrale est de comprendre l'impact de la formation universitaire en entrepreneuriat sur l'intention de ces jeunes.

Nous avons fait une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre travail. Ensuite nous avons réalisé une enquête sur le terrain en élaborant un questionnaire qui vise à comprendre les facteurs influençant l'intention des étudiants suivant une formation entrepreneuriale au sein de l'université de Bejaia.

À l'issue de l'analyse des données collectées, les résultats nous permettent de conclure que la plupart des étudiants préfèrent être entrepreneur dans leur vie professionnelle et que cette volonté est développée pendant leur formation. Donc cette dernière a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants par le développement de leurs aptitudes en esprit de prise des risques, capacité de diriger une entreprise et la réalisation d'un business plan.

**Mots clé :** entrepreneuriat, intention entrepreneuriale, entrepreneur, formation entrepreneuriale.

## تلخيص

التدريب على تنظيم المشاريع يغير المواقف ويغير سلوكيات ومعتقدات الطلاب الشباب حول ريادة الأعمال. يتم بدء هذا الأخير بإرادة رجل أعمال في المستقبل مع شعور قوي بالمخاطرة، لذلك يهدف هذا البحث إلى توضيح نية الطلاب في ريادة الأعمال. الفكرة الأساسية هي فهم تأثير التدريب الجامعي في ريادة الأعمال على نية هؤلاء الشباب.

لقد قمنا بالبحث الببليوغرافي الذي سمح لنا بتحديد عملنا. ثم أجرينا دراسة استقصائية ميدانية من خلال تطوير استبيان يهدف إلى فهم العوامل التي تؤثر على نية الطلاب الذين يتلقون التدريب على تنظيم المشاريع في جامعة بجاية.

بعد تحليل البيانات التي تم جمعها، نتيج لنا النتائج أن معظم الطلاب يفضلون أن يكونوا رواد أعمال في حياتهم المهنية وأن هذه الرغبة تم تطويرها أثناء تدريبهم. لذلك فقد كان له تأثير إيجابي على نية الطلاب في ريادة الأعمال من خلال تطوير مهاراتهم بروح المخاطرة والقدرة على إدارة الأعمال وتحقيق خطة العمل.

## كلمات مفتاحية:

ريادة الأعمال، نية ريادة الأعمال، ريادية، تدريب ريادة الأعمال

Entrepreneurial training changes attitudes, changes behaviors and beliefs of young students about entrepreneurship. The latter is initiated by a will of a future entrepreneur with a strong sense of risk taking, so this research aims to explain the entrepreneurial intention of the students. The central idea is to understand the impact of university training in entrepreneurship on the intention of these young people. We did a bibliographic search that allowed us to identify our work. Then we conducted a field investigation by developing a questionnaire that seeks to understand the factors influencing for students following an entrepreneurial training at the University of Bejaia. After analyzing the data collected, the results allow us to conclude that most students prefer to be an entrepreneur in their professional lives and that will developed during their training. So it has a positive impact on the entrepreneurial

intention of the students by developing their skills in the spirit of taking risks, ability to run a business and the realization of a business plan.

Key Word: entrepreneurship, entrepreneurial intent, entrepreneur, entrepreneurial training.