

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

Mémoire de fin d'études

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

Option : Management

Thème

**L'impact de la formation universitaire sur l'intention
entrepreneuriale des étudiants**

**Enquête effectuée auprès des étudiants en formation
Management de l'université Abderrahmane mira Bejaia**

Elaboré par :

BELAOUD Mélissa

FERDJALLAH Leticia

Encadré par :

Mme. MAKHLOUF-ADJTOUTAH Tiziri

Promotion Septembre 2021

Remerciements

Nous tenons à exprimer toute notre reconnaissance à notre directrice de mémoire, Madame MAKHLOUF ADJTOUTAH Tiziri. Nous la remercions de nous avoir encadrées, orientées, aidées et conseillées.

Nous adressons nos sincères remerciements à tous les professeurs, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé nos réflexions et ont accepté de répondre à nos questions durant nos recherches.

À tous ces intervenants, Nous présentons nos remerciements, notre respect et notre gratitude.

Dédicaces

Ma reconnaissance et mes pensées vont à mon binôme, dans la vie comme dans les études, sans qui ce mémoire n'aurait jamais vu le jour. Merci d'avoir été à mes côtés et de m'avoir soutenue et aidé durant ces 5 années d'études et de vie. Je ne te souhaite que le meilleur pour la suite.

Mélissa

Ma reconnaissance et mes pensées vont à mon binôme, dans la vie comme dans les études de la première à la dernière année. Merci d'avoir été fidèle à toi-même et toujours là.

Nos avenir s témoignent de nos ambitions.

Je dédie mon travail à ma mère et mon père, à mes sœurs et mon frère, et à ceux qui vont se reconnaître.

Laetitia

Liste des abréviations

ACRE : aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise ;

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement ;

ANSEJ : l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ;

ARCE : Aide à la Reprise ou à la Création d'Entreprises ;

ARE : L'allocation d'aide au retour à l'emploi ;

APSI : Agence de la promotion de soutien et de suivi des investissements ;

CASNOS : Caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non-Salariés ;

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage ;

CNAS : Caisse nationale des Assurances Sociales ;

CNI : Conseil National des Investissements ;

EIRL : Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée ;

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée ;

FMI : Font Monétaire International ;

INSEE : Institut National des Statistiques et des Etudes ;

NACRE : nouvel accompagnement pour la création ou la reprise d'entreprise ;

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques ;

ONS : Office Nationale des Statistiques ;

PME : Petite ou Moyenne entreprise ;

PMI : Petite et moyenne industrie ;

SARL : Société à Responsabilité limitée ;

SAS : Société par Actions Simplifiées ;

USD : United States Dollar.

Liste des figures

N° figure	Désignation	N° page
1	Les 7 étapes de la création d'entreprise d'Héloïse Fougeray	24
2	Modèle de la théorie du comportement planifié d'Azjen	33
3	Modèle de la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol	36
4	Le modèle conceptuel de l'évènement entrepreneurial tel que repris par Krueger (1993)	38
5	La démarche Idéo (Schmitt et Bayad, 2006)	49
6	Avez-vous une idée ou un projet ?	72
7	L'origine de l'idée	73
8	Perception des étudiants sur la création d'entreprise	74
9	Envisagez-vous de créer votre propre entreprise ?	74
10	A quelle échéance pensez-vous créer votre entreprise ?	75
11	La recherche d'information	76
12	Ce que permet de faire la création d'entreprise	77
13	Créateur d'entreprise dans l'entourage	77
14	L'environnement familial	78
15	La culture du pays	79
16	La formation universitaire a l'origine de l'envie d'entreprendre	80
17	L'université informe-t-elle sur les dispositifs d'aide a la création d'entreprise ?	81
18	Les aides fournies par l'université sont-elles suffisantes ?	82
19	Avez-vous eu une expérience quelconque dans le domaine de l'entrepreneuriat ?	83

Liste des tableaux

N° de tableau	Désignation	N° de page
1	Résumé des modèles d'intention chez les étudiants	39
2	les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat selon Béchard (1998)	41
3	cadre d'analyse des méthodes pédagogiques (adaptée de Béchard 2000)	45
4	Distinction entre deux types de pédagogie (adapté de Schied- Bienfait, 2000)	46
5	Effectif de la faculté SEGC	56
6	l'effectif du département des Sciences de gestion	57
7	le guide d'entretien avec les réponses	65

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale1

CHAPITE I : Entrepreneuriat et création d'entreprise

Introduction..... 5

Section 1 : Entrepreneuriat : enjeux et importance..... 5

Section 2 : Les formes de l'entrepreneuriat : création d'entreprise..... 14

Section 3 : Processus de création d'entreprise..... 19

Conclusion 26

CHAPITRE II : Les étudiants : entre intention entrepreneuriale et formation universitaire

Introduction 27

Section 1 : Concepts et théories de l'intention entrepreneuriale 27

Section 2 : La modélisation processuelle de l'intention entrepreneuriale 33

Section 3 : le programme universitaire dans la promotion de l'entrepreneuriat chez les étudiants 42

Conclusion 50

CHAPITRE III : l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale chez les étudiants au sein de l'université de Bejaia

Introduction 51

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil..... 51

Section 2 : Les fondements méthodologiques de l'étude..... 58

Section 3 : Présentation et analyse des résultats de l'étude..... 64

Conclusion..... 85

Conclusion générale..... 87

Bibliographie 89

Annexes

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

L'entrepreneuriat est de plus en plus considéré comme l'un des leviers stratégiques à la création des emplois et des richesses au niveau d'une nation. Aujourd'hui, ce champ est devenu un enjeu majeur pour plusieurs pays à cause de son rôle primordial dans le développement économique. Ainsi, l'apport des entrepreneurs et des petites et moyennes entreprises à l'économie n'est plus à démontrer (Gasse, 2003). Il a suscité ces dernières décennies un intérêt croissant tant dans les milieux politiques que dans les milieux académiques (Capron, 2009). « *Le champ de l'entrepreneuriat, un domaine de recherche encore en développement, est considéré comme interdisciplinaire et multidisciplinaire* »¹ (Davidsson, 1989), notamment car il s'étend vers plusieurs et différents domaines d'activités.

Auparavant, quand on disait « entrepreneur », tout le monde pensait à un entrepreneur en construction. L'entrepreneuriat était confiné aux passionnés. Aujourd'hui, être entrepreneur est furieusement tendance. C'est d'ailleurs devenu un secteur d'activité en soi, une véritable industrie, un phénomène que l'on observe partout dans le monde.

On peut donc dire que, l'entrepreneuriat est un facteur névralgique dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. Cet intérêt est, sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc.

L'INSEE définit la création d'entreprise comme « *la mise en œuvre de nouveaux moyens de production* »² Derrière cette définition, très pragmatique, se cachent des étapes et des démarches incontournables, mais aussi un mode de vie propre à l'entrepreneur. Car créer son entreprise, c'est créer son propre emploi, créer de la richesse et participer pleinement à l'économie d'un pays. La création d'entreprise passe nécessairement par un processus de création dont les étapes sont respectivement les suivantes : Définir son idée et déterminer son projet de création d'entreprise, réaliser des études de marché, rédiger un business plan, financer son projet, choisir sa structure juridique et enfin réaliser les formalités de création d'entreprise.

¹ GUENOUN A, SEGUENI-DJAMANE N, BENYAHIA-TAIBI G, 2018, l'intention entrepreneuriale des étudiants enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'Oran 2, *les cahiers du CREAD*, vol 33 n° 121 2017, P 68.

² Cabinet d'expertise comptable, 2021, Création d'entreprise : définition et étapes, L-Expert Comptable.com, mis à jour le 11/07/2017, [consulté le 23 mai 2021], disponible à l'adresse : <https://www.l-expert-comptable.com/a/532672-creation-d-entreprise-definition-et-etapes.html>

INTRODUCTION GENERALE

En conséquence de quoi, étudier les intentions entrepreneuriales nous donne une idée des comportements aboutissant à la création d'entreprise. 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 entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial »³. Elle permet de prédire les comportements et comment un individu est engagé dans le processus entrepreneurial (Tounés, 2003). Ainsi, « tout comportement planifié est intentionnel et sans l'intention, l'action est peu probable »⁴. Depuis le milieu de la décennie 1990, les recherches entrepreneuriales portent un intérêt plus important aux individus au sein du processus entrepreneurial que par ceux qui ont concrétisé leurs projets, à savoir les étudiants.

L'intérêt de l'Algérie pour l'entrepreneuriat a été tardif. L'État a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée vers la fin des années 1980. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en 1993 et la mise en place de différents dispositifs d'aides à la création d'entreprises (ANDI, ANSEJ, CNAC...). Plusieurs mesures ont été prises et des institutions ont été créées afin de soutenir l'initiative individuelle. En conséquence, il y a eu une éclosion de PME dans plusieurs wilayas. Selon les deux auteurs FERFERA M ET AKNINE SOUIDI R « 99.91% des PME en Algérie sont des entreprises privées. Le nombre d'entreprises privées passe de 156 591 en 1999 à 309 578 en 2008, en 10 ans le stock des entreprises a pratiquement doublé »⁵.

De nos jours, l'Algérie continue encore à encourager sa population à la création d'entreprise au niveau national à travers la création d'un ministère dédié aux startups et à la micro-entreprise, qui est chargé de suivre et d'accompagner les jeunes porteurs de projets les aidant ainsi à la concrétisation de leurs idées ; et au niveau régional à travers l'incitation des universités algériennes à collaborer, et signer des conventions avec des structures publiques spécialisées dans l'organisation d'évènements entrepreneuriaux. Ces derniers ont souvent lieu eu sein des universités et ont pour objectif d'inculquer aux étudiants une culture

³ BOUADABBOUS Sami, 2011, « l'intention entrepreneuriale des étudiants the intention of entrepreneurial graduates », Revue libanaise de gestion et économie (en ligne), 21 novembre 2013, volume 4 issue 6, Page 1-20.[consulté le 23 mai 2021], Disponible à l'adresse : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1999762011700337>

⁴ Ibid.

⁵ FERFERA M.Y, AKNINE SOUIDI R, 2014, Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partie des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises, Revue des sciences économiques de gestion, n°14 2014, P72.

INTRODUCTION GENERALE

entrepreneuriale qui à son tour favorise un environnement adéquat pour les inciter à développer une intention entrepreneuriale et de nouvelles idées de projets.

Cette intention des étudiants, résume leur volonté de créer leur propre entreprise, et peut être expliquée par des facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale comme des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, son milieu environnemental tel le milieu universitaire, ses spécificités culturelles ainsi que sa formation académique.

Pour ce qui nous concerne, nous avons décidé de focaliser notre champs de recherche sur l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale de la population estudiantine, car, l'entrepreneuriat s'invite de plus en plus souvent au sein des universités, non seulement car il est un levier pour l'emplois des jeunes diplômés, mais également parce que les étudiants eux même sont de plus en plus sensibilisé aux enjeux sociaux et environnementaux et qu'ils souhaitent donc s'impliquer d'avantage dans des projets et des métiers qui ont du sens et un impact positif sur les sociétés.

Cette recherche vise, non seulement à étudier l'intention de créer une entreprise chez les étudiants, mais surtout à mesurer l'importance du rôle de la formation universitaire dans cette initiative entrepreneuriale. D'où la problématique suivante : « **La formation universitaire joue-t-elle un rôle important dans la promotion de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants ?** »

De cette question principale découlent trois questions secondaires énoncées comme suite :

- En quoi consistent l'entrepreneuriat, les étapes de création d'entreprise et quelle est sa place en Algérie
- Quelle modélisation pour l'intention entrepreneuriale ? Et quelle est la place de cette dernière au sein des universités Algériennes ?
- Quels sont les programmes pédagogiques empruntés par la formation universitaire pour inculquer l'intention entrepreneuriale aux étudiants de l'université de Bejaia ?

Afin de répondre à notre principale problématique, nous avons formulé les deux hypothèses de recherche suivantes :

Dans le cas où l'université Algérienne met en place de divers programmes spécialement pour inculquer les bases de l'entrepreneuriat à travers des méthodes d'enseignement fondées, des activités et évènements qui ont pour but de sensibiliser les étudiants à la création d'entreprise et développer des idées de projets. Ainsi, notre hypothèse stipule que :

INTRODUCTION GENERALE

H1 : la formation universitaire joue un rôle très important et considérable dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants

Dans le cas contraire, ou l'université n'a pas de plan d'action préétabli afin d'inciter les étudiants à développer leurs propres idées et leurs intentions à créer une entreprise ; et n'a pas également mis des dispositifs d'aide à la création au sein de la structure. Alors les étudiants se voient donc suivre seulement la formation de leur choix et développer une intention d'entreprendre ailleurs qu'à l'université. De ce fait, nous avons donc formulé une deuxième hypothèse :

H2 : la formation universitaire joue un rôle négligeable voire inexistant dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Afin de confirmer ou d'infirmer ces hypothèses de recherche, nous avons divisé notre travail en 03 chapitres ; le premier aborde les notions de base de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. Le deuxième chapitre parle de l'intention entrepreneuriale au sein du processus entrepreneurial ainsi que les méthodes et les objectifs de l'enseignement supérieur. Et afin de mener à bien notre travail de recherche, nous avons opté dans la rédaction du troisième chapitre, pour le choix d'une méthodologie de recherche mixte ; autrement dit elle est basée d'un côté sur la méthodologie de recherche qualitative avec comme outil un guide d'entretien axé sur l'étude du rôle de formation universitaire et de l'université ; et de l'autre sur la méthodologie quantitative avec un questionnaire destiné aux étudiants spécialisés en Sciences de Gestion afin de mesurer l'impact de leur formation sur leur intention entrepreneuriale.

CHAPITRE I

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Introduction

Créé dans les années 1990, le mot entrepreneuriat (ou entreprenariat) est un emprunt probable à l'anglais entrepreneurship. Il est construit sur le mot entrepreneur qui, lui, date du XIIIe siècle (d'abord sous la forme entrepreneur) et avait pour sens d'origine « personne qui crée quelque chose, qui agit ». Il est dérivé du verbe entreprendre (XIIe siècle) qui signifiait « attaquer » et surtout « surprendre ». On comprend mieux ce qu'est la dynamique de l'entrepreneuriat aujourd'hui⁶.

Dans ce chapitre, nous allons passer en revue brièvement, dans la première section, l'histoire de l'entrepreneuriat. Dans la deuxième section nous présentons les formes de l'entrepreneuriat, plus particulièrement celles qui mènent à la création d'entreprise. Enfin dans la troisième section nous mettons en relief le processus qui mène à la création d'entreprise.

Section 01 : L'entrepreneuriat : Enjeux Et Importance

Nous connaissons aujourd'hui les difficultés à dissocier et rendre nettes les frontières des termes « entrepreneur », « chef d'entreprise », « employeur » ou encore « travailleur indépendant », « travailleur non salarié », « auto-entrepreneur ». En revenant un instant sur les concepts d'entrepreneur et d'entreprise (qu'on ne peut étudier séparément), nous pourrions mieux comprendre ces imbrications et les discerner.

1.1. Le phénomène de l'entrepreneuriat

Le phénomène de l'entrepreneuriat peut être défini comme l'ensemble des actions visant à créer de la richesse et l'emploi par la création d'une entreprise. Les travaux de recherches réalisées dans cette discipline, ont proposé plusieurs définitions, mais aucune d'entre elles n'a fait objet de consensus général.⁷

L'entrepreneuriat conduit à une « destruction créatrice » dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits et modèles économiques arrivent et remplacent les anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme. L'entrepreneuriat est « l'initiative portée par un individu (ou

⁶ Denis-Rémis Cédric, 2021, IHEIE [en ligne], juin 2021, [consulté le 18 juin 2021], disponible à l'adresse : <https://www.iheie.fr/>

⁷ Louis Jacques Filion, 1997 « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances » Revue internationale P.M.E. vol 10, n2, p 6

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaires, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse » (Verstraete et Fayolle, 2005). Cette définition met en avant le concept de l'« organisation » qui intègre la dimension dynamique de la firme. La compréhension du concept entrepreneurial nous oblige à étudier la dynamique de cet écosystème entrepreneurial.⁸

Nous pensons que l'entrepreneuriat est une action menée par une personne physique ou morale engendrée par l'envie de créer un nouveau projet et c'est également un moyen permettant d'améliorer la compétitivité d'un pays, de favoriser la croissance économique, et de multiplier les possibilités d'emplois.

Depuis plus d'une décennie, plusieurs pays souffrent de la crise économique. Un taux de chômage élevé, une hausse des prix des produits alimentaires, une chute du secteur du tourisme, des entrées de capitaux limitées, etc. Dans ce contexte, le développement de l'esprit entrepreneurial, de la créativité et de l'innovation peut être la clé pour stimuler la relance de l'activité économique dans la région. En effet, les pouvoirs publics doivent être conscients que la priorité doit être donnée au développement des entreprises et à la stimulation de l'entrepreneuriat, étant donné le rôle que jouent les entreprises et les entrepreneurs dans la création et le partage de richesses. La création et le développement des entreprises sont deux réponses essentielles aux enjeux auxquels sont confrontées les entreprises : la croissance, l'emploi, l'innovation, la réduction des déficits et de la dette, la sauvegarde des régimes sociaux, etc. C'est pourquoi, les gouvernements donnent une importance capitale à l'activité entrepreneuriale et tentent de mettre en place des politiques de stimulation, d'aide et d'accompagnement destinées aux entrepreneurs et aux porteurs de projets. Ces politiques ont pour but de mettre en place un climat économique général propice à la création des entreprises (ex. fiscalité et réglementation) et de stimuler l'entrepreneuriat par un ensemble de mesures spécifiques incitatives (ex. les aides financières, les exonérations fiscales, etc.) ou par l'implantation de nouvelles structures et organismes (ex. les pépinières d'entreprises, les incubateurs, les pôles d'excellence, etc.).

⁸ FAYOLLE A., « *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement* », Editions d'Organisation, Paris, 1999. P16

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Les pouvoirs publics sont désormais conscients de la nécessité d'encourager et de développer l'esprit d'entreprise et la culture entrepreneuriale, et ont assigné les institutions publiques à développer des politiques dédiées à l'entrepreneuriat.⁹

1.2. L'entrepreneur

Le terme «entrepreneur» remonte à la fin du XVIIIe siècle. À cette époque, il apparaît dans la langue française pour être repris bien plus tard dans la langue anglaise. Si sa définition fait aujourd'hui l'objet d'un certain consensus, ce n'était pas le cas dans le passé, notamment parce que les chercheurs qui s'y sont intéressés étaient issus de nombreuses disciplines différentes. Historiquement, l'on peut distinguer deux grandes approches de l'entrepreneur: l'approche fonctionnelle et l'approche indicative. La première définit l'entrepreneur au travers de sa fonction (ce qu'il fait). La seconde l'appréhende au travers de ses caractéristiques (ce qu'il est). Cette distinction correspond également aux grands courants qui se sont intéressés à l'entrepreneur jusqu'à l'aube des années 90 : les économistes pour l'approche fonctionnelle et l'école des traits, soit principalement des chercheurs en psychologie et en sciences de gestion, pour l'approche indicative. Une troisième approche domine aujourd'hui : elle considère l'entrepreneuriat comme un apprentissage social. Et les chercheurs sont désormais issus aussi de disciplines telles que la sociologie, l'anthropologie, la géographie voire la médecine.¹⁰

Dès le XVIIIe et le début de XIXe siècle, des économistes tels que Richard Cantillon ou Jean-Baptiste Say ont mis en exergue l'importance de l'entrepreneur. Pour Cantillon, l'entrepreneur est une personne qui prend le risque de mener une affaire commerciale à son propre compte, dans un but de profit, et qui est confrontée à une certaine incertitude qu'il ne peut mesurer et l'empêche d'évaluer précisément les risques associés à sa décision. Say, lui, définit l'entrepreneur en fonction de son rôle dans le processus de production : il crée une utilité nouvelle, soit au travers d'un produit nouveau, soit en déplaçant des ressources vers un niveau de productivité supérieur au niveau précédent. L'entrepreneur occupera également une place importante dans les travaux de l'école économique allemande du XIXe siècle pour laquelle le talent entrepreneurial est une ressource rare et le profit, la récompense du risque encouru par l'entrepreneur. Pour les économistes de l'école autrichienne des XIXe et XXe siècles, tels que Menger, von Mises ou Hayek, l'obtention d'informations à propos de la

⁹ SMITH A., « *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations* », Edition Flammarion, Paris, 1991. P 52

¹⁰ CANTILLON, R. (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, Londres, Fetcher Gyler. Aussi, édité avec une traduction anglaise et autre matériel, par Henry Higgs, C.B., Londres, MacMillan (1931). P 19

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

situation économique constitue l'un des éléments centraux de l'activité entrepreneuriale. L'entrepreneur doit être conscient des situations qui conduisent au changement économique et il doit les comprendre afin de déceler les opportunités que les autres n'ont pas été en mesure de voir.¹¹

Schumpeter (1883-1950) rompt radicalement avec cette pensée et reconnaît à l'entrepreneur un rôle central dans les mécanismes économiques. L'hypothèse de base de Schumpeter est que le déséquilibre, créé par le changement, constitue la norme d'une économie saine. Dans la lignée de l'école autrichienne, il estime que l'entrepreneur, grâce à une perception différente de la réalité, prend conscience du changement et des nouvelles possibilités avant les autres. Selon Schumpeter, la fonction d'entrepreneur consiste surtout à innover, autrement dit à introduire des produits nouveaux ou de qualité différente, ou encore des techniques ou des procédés de fabrication nouveaux, à ouvrir de nouveaux marchés, à découvrir des nouvelles sources d'approvisionnement, etc. Après la seconde guerre mondiale et jusqu'à la fin des années septante, la recherche sur l'entrepreneuriat se fera plus rare. Les grandes entreprises dominent l'économie et la grande taille est considérée comme souhaitable, voire inévitable au nom des sacro-saintes économies d'échelle.¹²

Pour nous, un entrepreneur est une personne qui après l'émergence d'une idée va créer de l'activité économique, dans la plus part des cas ex-nihilo. Autrement formulé, c'est une personne qui a les compétences et la motivation nécessaire pour créer de l'activité économique, se lancer dans un secteur et créer de l'emploi.

1.3. L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Depuis l'indépendance, l'Algérie est passée par deux types d'économie, l'économie planifiée : au lendemain de l'indépendance jusqu'à l'ère du choc pétrolier de 1985. Ensuite, l'Etat algérien a choisi d'adopter l'économie de marché, jusqu'à nos jours. Le mode de création d'entreprise, le style de management et l'environnement des affaires ont été sévèrement affectés.

Dans ce contexte, depuis le passage à l'économie de marché, l'Etat déploie de plus en plus d'efforts pour soutenir la création d'entreprise. A ce titre, l'Algérie met en place de

¹¹ SMITH. A. Op.cit. P 37

¹² SCHUMPETER J., « *Théorie de l'évolution économique* », Edition Dalloz, Paris, 1935. P 43, 44

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

nombreux programmes de soutien et de mise à niveau des entreprises, afin d'améliorer leur compétitivité au niveau national et international.

L'Algérie a connu deux économies totalement différentes l'une de l'autre, particulièrement en matière de gestion et de création d'entreprise. La première est l'économie administrée, dans le cadre d'une politique de développement axée sur l'entreprise publique, l'entreprise privée est sévèrement contrôlée. La deuxième concerne l'économie de marché, dans le cadre de la nouvelle politique axée sur la promotion de l'entreprise privée.

I.3.1. La période de l'économie planifiée : de l'indépendance jusqu'à 1990

L'économie planifiée est la première politique adoptée par l'Etat algérien. La structure économique était monopolisée par le secteur public ou l'Etat est le seul entrepreneur. Par ailleurs, toutes les mesures d'aide et de développement étaient au service des sociétés nationales industrielles, pour servir de base à la politique d'industrialisation. Sous l'appellation d'entreprise publique, cette dernière puise son origine dans le droit administratif français dès l'indépendance, selon l'ordonnance n° 62-2 du 17/01/1969, qui complète la loi de finance de 1969. Ces entreprises étaient gérées par un Directeur Général nommé par décret présidentiel sur proposition du ministre de tutelle. Elles se caractérisent par une propriété étatique de leurs biens et un mode de financement public. Néanmoins, en 1982, l'Etat algérien accorde au secteur privé un rôle complémentaire avec un niveau d'investissement plafonné à 35 millions Francs, et limité dans les activités de transformation et distribution. Le secteur privé est promu à assumer un rôle complémentaire au secteur public, qui est le moteur de développement de l'économie algérienne à cette époque¹³.

Les promoteurs privés se sont dirigés vers les secteurs des services et du commerce. Cependant, ils n'ont pas trouvé l'environnement favorable pour leur développement. En effet, la législation du travail et la fiscalité étaient très lourdes, et le commerce extérieur était fermé. Par ailleurs, le financement par les banques était plafonné à 30% du montant total de l'investissement et les montants investis ne doivent pas dépasser les 35 millions de dinars pour une société de responsabilité limitée (SARL), ainsi que l'interdiction de posséder plusieurs investissements par un seul entrepreneur.

¹³ Meriem ATOUSSI, 2016. *Les Facteurs Clés de Succès d'un Projet Entrepreneurial Cas des entreprises adhérentes au Forum des Chefs d'Entreprise Algérie*. Ecole Supérieure de Commerce – Koléa. Mémoire de fin d'études En vue de l'obtention d'un diplôme de Magister en Sciences de Gestion. P 84

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Durant cette période, l'économie algérienne est essentiellement basée sur le secteur des hydrocarbures et fait face à un endettement très important suite au choc pétrolier en 1985. Cet événement pousse les pouvoirs publics à entamer plusieurs réformes économiques, notamment le programme d'ajustement structurel, adopté en concertation avec le FMI et la Banque Mondiale, ainsi que la restructuration des entreprises publiques. Dans ce contexte, la restructuration concerne le découpage de l'entreprise mère en des entités plus petites et plus spécialisées, avec comme principal objectif, une gestion plus transparente et décentralisée. La restructuration des entreprises publiques se centre sur une déconnexion entre la fonction de commercialisation, la fonction de production, ainsi que la répartition des nouvelles directions générales sur l'ensemble du territoire national. Le nombre d'entreprises se multiplie à partir des mêmes entités de base et les nouvelles entreprises créées ont pris des formes différentes, selon le secteur d'activité, la fonction économique, et la vocation territoriale.

A partir de 1988, les réformes de l'Etat se sont centrées sur l'autonomie des entreprises et la libéralisation du commerce extérieur. Cependant, les entreprises nationales avaient comme principale mission la satisfaction du marché national. De ce fait, l'ouverture de l'économie nationale à l'exportation trouve le management de ces entreprises inadapté aux exigences de la compétitivité sur le marché national. Les entreprises publiques se trouvent, alors, en concurrence directe avec les entreprises privées et face aux divers produits étrangers issus de l'importation.¹⁴

Après presque vingt ans de prédominance du secteur public, l'Etat accorde au secteur privé un rôle complémentaire dans certaines activités avec des niveaux d'investissements très limités. Ainsi, après avoir connue une étatisation des entreprises, accompagnée d'une forte centralisation et bureaucratiation, l'Algérie entame une nouvelle ère avec l'économie de marché.

I.3.2. Le passage à l'économie de marché : à partir des années 1990

Les années quatre-vingt-dix marquent le passage à l'économie de marché afin de stabiliser les équilibres macroéconomiques et financiers, suite à la crise d'endettement causé, par le choc pétrolier des années quatre-vingt. Le passage de l'Algérie à l'économie de marché, a été organisé sous la pression du Fonds Monétaire International à travers un nouveau code législatif, pour le rééchelonnement des dettes extérieures, accompagné d'un plan d'ajustement

¹⁴ Ibid. P88

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

structurel. Ce nouveau cadre a été mis en place pour soutenir l'investisseur privé et étranger. Dans cette période, l'entrepreneuriat est considéré comme une alternative incontournable pour le développement économique.

En effet, ceci s'est matérialisé par les dispositions de la loi 90-10 du 14 avril 1990, relative à la Monnaie et le Crédit, puis par des mesures plus incitatives, comme l'institution des zones franches, les avantages à l'investissement dans le Sud et la privatisation de nombreuses entreprises publiques¹. Par ailleurs, le rôle du secteur privé dans l'économie du pays devient plus important, à travers le code de la promotion de l'investissement, mis en place par la promulgation du décret législatif du 05/10/1993. En effet, la fin du monopole étatique a été signée par le désengagement de l'Etat dans plusieurs secteurs économiques, ainsi que l'ouverture du marché au secteur privé axé sur la concurrence et la compétitivité. L'arrivée du privé a permis la création des petites et moyennes entreprises dont la valeur devient importante en matière de production et de création d'emploi. Ainsi, près de 75% des petites et moyennes entreprises recensées ont été créées après ce nouveau code.¹⁵

Le code d'investissement, en question, représente la pierre angulaire de la volonté de l'Etat à l'ouverture de l'économie au secteur privé. Il s'articulait autour des points suivants :

- Le droit d'investir librement ;
- L'égalité devant la loi des promoteurs nationaux privés ou étrangers ;
- L'intervention de l'Etat se limite à l'octroi d'incitations aux investissements ;
- La création de l'Agence de la Promotion de Soutien et de Suivi des Investissements (APSI) ;
- L'allègement des formalités pour l'investissement en Algérie.

Cependant, cette liberté toute nouvelle, au bénéfice du secteur privé, coïncide avec une crise de liquidité sans précédent. En effet, les réserves en devise étaient inférieures à 2 milliards USD, le stock de la dette dépassait les 30 milliards USD et le ratio Dette/Exportation était à 70%. Ainsi, la jeune PME algérienne est née dans un environnement turbulent et fait face à une situation économique instable.

L'année 1995, reconnaît les premiers résultats en matière de stabilisation des grands équilibres financiers du pays, ainsi que la promulgation de deux ordonnances, l'une relative à

¹⁵ SI LAKHAL K. et Al. « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Revue des entreprises algériennes, N°4, 2013, pp.29-30

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

la privatisation et l'autre relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat. Ainsi, un nouvel environnement est créé et dicté par de nouvelles règles, de nouvelles bases et une nouvelle économie. Par ailleurs, la libéralisation de l'investissement privé est importante et impose la disparition de nombreuses entreprises publiques, dissoutes et rachetées par les nouveaux promoteurs et les nouveaux produits.¹⁶

Aussi, suites aux nombreuses réformes, l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) a été créée et mise en place en 1996 dans le contexte de la promotion de l'emploi des jeunes. En effet, la mission de l'Agence s'insère dans le cadre d'un accompagnement sous formes d'aides financières, ainsi qu'une orientation et un suivi des projets des jeunes algériens, jusqu'à leurs créations. Le développement des investissements a été renforcé en 2001, avec la création de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), afin de promouvoir les actions entrepreneuriales. Ainsi, la création d'entreprise a connu une évolution significative suites aux réformées engagées par l'Etat.

Selon Bouyacoub : « la dynamique de création de nouvelles entreprises s'est faites à travers trois principaux processus. Tout d'abord, les créations classiques, qui concernent l'investissement privé constitué principalement de fonds propres. Ensuite, les microentreprises des jeunes bénéficiaires du dispositif d'aide à la création de l'ANSEJ. Enfin, les sociétés des salariées, constituées des entreprises publiques dissoutes et rachetées par les employés à l'aide des modalités des crédits avantageux ». ¹⁷

La transformation de l'économie algérienne, d'une économie planifiée vers une économie de marché, s'est faite dans un environnement turbulent. A cet effet, cette transition ne pouvait se faire sans causer des problèmes dans l'environnement des affaires et celui du management des entreprises. En effet, selon Melbouci, l'ouverture économique du pays au début des années quatre-vingts dix, s'est faite sous la pression du FMI, suite à une crise économique grave, qui concerne la cessation de paiement, doublée d'une crise politique très grave, ou l'Etat risquait de perdre son autorité dans un climat de violences terroristes sans précédent en Algérie.¹⁸

¹⁶ Meriem ATOUSSI. Op.ct.

¹⁷ GHARBI A., « *Les PME en Algérie : Etat des lieux* », Cahier du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, n° 238, Calais, 2011, p.14

¹⁸ Ibid. p.16

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

I.3.3. Les réformes de deuxième génération : à partir de 2001

L'Etat a prolongé en 2001, ce qu'on appelle les réformes de deuxième génération. Il s'agit de la loi de la promotion de l'entrepreneuriat privé par l'ordonnance n° 01/03 du 28/08/2001, relative au développement de l'investissement, ainsi que la loi n° 01/18 du 12/12/2001, relative à la promotion de la PME/PMI³. Les principaux axes de ces réformes concernent l'intégration des entreprises nationales à l'économie mondiale, la promotion de l'investissement, la privatisation et la réforme du secteur public, la réforme du secteur bancaire et la libéralisation des infrastructures.

Ces mesures sont traduites par la facilitation administrative de la création d'entreprises, une baisse significative des taxes, des redevances et des charges sociales, la création d'un fonds de garantie des prêts accordés aux PME/PMI et la création du Conseil National de l'Investissement (CNI). D'autres parts, ces lois insistent sur la nécessité de mettre en place un système d'information économique, en obligeant les différents organismes concernés (CNAS, CASNOS, ONS, Services fiscaux et douaniers, etc...) à fournir les informations dont ils disposent pour constituer une banque de données adaptés aux technologies informatiques modernes. Cependant, suite à l'insertion de l'Algérie dans l'économie mondiale à travers la signature de nombreux accords avec l'Union Européenne et la perspective de son adhésion à l'Organisation Mondiale de Commerce, les entreprises algériennes se retrouvent en concurrence directe à l'échelle nationale et internationale, sans même y être préparées. Par ailleurs, selon Bounoua, la libéralisation du marché algérien dans un climat de désordre institutionnel a entraîné une montée inquiétante de l'économie informelle et la criminalité économique (fraude fiscale, corruption, détournement de fonds, etc). Ceci est dû à un manque de contrôle systématique de l'Etat sur les activités économiques et l'absence d'une législation approprié aux nouveaux mécanismes de l'économie de marché. Ainsi, l'entreprise algérienne se trouve face à un environnement compétitif et instable dont elle ignore les règles.¹⁹

De ce fait, les pratiques illégales ont modifiés le comportement des entrepreneurs, et le recours aux activités informelles et illégales fait partie du mode de fonctionnement des entreprises privées. Il est clair que l'environnement des affaires stable est un élément déterminant pour le développement d'une économie en transition. En effet, selon Hernandez : « l'absence d'un environnement juridique et institutionnel adapté à la période particulière de

¹⁹ SI LAKHAL K. et Al. Op.cit. p.48

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

transition à l'économie de marché semble être un facteur favorisant le développement de l'économie informelle »²⁰.

Le nouvel environnement algérien a permis le développement important du parc des entreprises privées. Toutefois, cette nouvelle petite et moyenne entreprise se trouve face à un environnement instable, caractérisée par une très forte concurrence internationale et des pratiques économiques illégales. A cet effet, en l'espace d'une dizaine d'années, les contraintes de l'économie planifiée laissent place aux contraintes de l'économie de marché.

En conclusion, l'entrepreneuriat est un concept français, né dans au Moyen-Âge et qui, malgré les siècles, gardent une forte cohérence dans les normes et les valeurs qu'ils portent. L'entrepreneur désigne un acteur intrépide et courageux. S'il ne prend plus les armes aux combats, ils partent aujourd'hui à la conquête des marchés nationaux et internationaux. La prise de risque est une valeur centrale de l'entrepreneuriat : d'abord prise de manière irréfléchie, jusqu'à être désignée comme compromission politique, elle est, avec l'industrialisation, rationalisée et limitée à travers la constitution de statuts juridiques de sociétés.

Section 02 : Les formes de l'entrepreneuriat : création d'entreprise.

Dans cette section nous allons aborder les différentes formes que peut prendre l'entrepreneuriat dans l'optique de la création d'entreprise ou d'organisation.

La création d'entreprise et, d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui unanimement reconnues comme étant des phénomènes vitaux pour la société, par leur contribution à la régénération et au développement de l'économie. Selon Fillion (2005), nous vivons dans un monde où existent de plus en plus de travailleurs autonomes, de microentreprises et de petites entreprises. « Les gens sont appelés à adopter des attitudes de plus en plus entrepreneuriales, même ceux qui vont faire carrière dans les grandes organisations privées ou publiques »²¹.

Une action entrepreneuriale, qui s'exprime dans le cadre d'un projet entrepreneurial, peut prendre plusieurs formes :

²⁰ LEIBENSTEIN H., «*Entrepreneurship and development*», American Economic Review, vol. 58, n° 2, 1968, p.72

²¹ IHEC, 2017, culture entrepreneuriale, 12 septembre 2017. Disponible a l'adresse : <file:///C:/Users/Houcine/Downloads/chapitre2-lesformesentrepreneuriales-131104165942-phpapp02.pdf>

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

- entreprendre pour son propre compte (créer ou reprendre son entreprise) ;
- entreprendre pour le compte d'une entreprise (intraprendre) ;
- entreprendre pour le compte de la société (actions humanitaires, associatives).

D'une manière générale, le projet entrepreneurial peut revêtir plusieurs formes :

2.1. La création d'une nouvelle entreprise ou l'entrepreneuriat ex-nihilo (à partir de rien)

Elle peut concerner les petites et micro-entreprises, le travail indépendant, les PME, les grandes entreprises... Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués.

2.2. La création d'une entreprise par essaimage

Elle consiste en le soutien apporté par une entreprise mère (dite entreprise essaimante) à un employé (dit essaimé) lui permettant de créer sa propre entreprise tout en restant salarié chez elle. Ces mesures peuvent prendre diverses formes comme le parrainage, une aide financière, l'appui d'expertise, un accès à l'information, le transfert de brevet ou d'activités etc. Créer une entreprise quand on est salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

Cette forme entrepreneuriale présente des avantages aussi bien pour l'entrepreneur (essaimé) que l'entreprise essaimant.

➤ Avantages pour l'essaimé

- La sécurité : en cas d'échec de son projet, l'essaimé peut revenir à l'entreprise d'origine à un salaire et à un poste équivalent ;

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

- Le taux d'échec des entreprises créées par essaimage est d'ailleurs beaucoup plus faible que la moyenne nationale ;
- L'essaimé peut changer d'orientation professionnelle en devenant "extra preneur".

➤ Avantages pour l'entreprise essaimant

- Disposition d'un outil flexible : recruter des collaborateurs ayant un potentiel entrepreneurial, valoriser sa propriété intellectuelle ;
- Ajustement des effectifs ;
- Externalisation d'une activité : (ex : la commercialisation, logistique) ;
- La participation au développement du tissu économique ;
- L'évolution de la culture d'entreprise ;
- Constitution du réseau d'entreprises autour d'elle.

2.3. La création d'une entreprise par franchise

La franchise constitue un levier particulier de création où le promoteur bénéficie, entre autres, d'une notoriété existante. Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisé ailleurs. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise²².

2.4. L'intrapreneuriat

Elle consiste en la création d'une nouvelle activité (conquête de nouveaux marchés) par un employé entrepreneur au sein de son entreprise mère. C'est Pinchot (1985) qui est le premier qui a introduit le mot « intrapreneuriat » ; Pour lui, l'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise.

Le personnage-clé de ce phénomène est l'intrapreneur. Cette forme renvoie également au projet de création de filiale. L'entrepreneur agit dans ce cas pour le compte d'une

²² Ibid.

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à condition de pouvoir y accéder à celui qui veut entreprendre mais qui ne le fait pas par peur de risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle et familiale.

2.5. La reprise d'entreprise

Elle se définit selon les termes de Fayolle (2004) « comme un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale ». ²³ La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas été créée. Il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement.

Dans ces trois (03) conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins deux cas peuvent être examinés ici :

- La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé : la principale difficulté est d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite, il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre de temps dans l'apprentissage du métier du chef d'entreprise ;
- La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté : si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprises en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît également comme une condition importante.

2.6. L'Entrepreneuriat solidaire et sociale

Cette forme d'entrepreneuriat se manifeste dans la création d'activités bénévoles, ou l'innovation (et amélioration) dans les secteurs d'activités bénévoles existantes. Il s'agit aussi

²³ FAYOLLE A., « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », Editions d'Organisation, Paris, 1999. P 52

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

de la création et du développement des organisations à but non lucratif qui se différencient des entreprises économiques par le fait que leur objectif primordial n'est pas le gain de l'argent mais de servir un intérêt général ou défendre une cause humaine.

Selon l'OCDE, l'entrepreneuriat social renvoie à « toute activité privée d'intérêt général et n'ayant pas comme raison principale la maximisation des profits mais la satisfaction de certains objectif, ainsi que la capacité de mettre en place,..., des solutions innovantes.... » L'entrepreneuriat social et solidaire renvoie également aux projets associatifs. Ce dernier émane d'une poignée de personnes ressentant le besoin de se mobiliser pour trouver des solutions à des problèmes sociaux.²⁴

Le projet associatif tend à pallier par exemple à des problématiques d'éducation, de santé, de menaces d'environnement en s'engageant à trouver des solutions adaptés et souvent créatives. Trois objectifs fondamentaux se rattachent à cette forme :

- **Un projet économique :**
 - Prise de risque ;
 - Production de biens et services ;
 - Création de richesses et d'emplois.
- **Une gouvernance participative :**
 - Implication participative des parties prenantes ;
 - Processus de décision non fondé sur la propriété du capital ;
 - Rémunération limité du capital ;
 - Excédents au service des hommes et du projet.
- **Une finalité sociale :**
 - Lutter contre l'exclusion (le chômage, la pauvreté etc.) ;
 - Valoriser un territoire, un environnement, un patrimoine ;
 - Créer et maintenir des emplois durables et de qualité ;
 - Développer le lien social.

2.7. La techno-entrepreneuriat

Il s'agit d'entreprendre un projet innovant dans le domaine des TIC. Elle renvoie à un mariage entre l'esprit innovant et la technologie (dans la nouvelle économie).

²⁴ . FILION J. L. et al. « Réussir sa création d'entreprise sans business plan », Edition Eyrolles, Paris, 2012. P22.

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Ex : entreprise de développement de logiciels etc.

On peut constater donc que l'entrepreneuriat est un monde vaste qui va de l'entrepreneur indépendant, centré sur lui-même, et pour qui l'entreprise est une manière de s'en sortir, jusqu'à l'entrepreneuriat social qui elle est centrée sur la société et autrui.

Section 03 : Processus de création d'entreprise

Dans la section qui va suivre, nous allons explorer un peu plus en profondeur la création d'entreprise en expliquant en détail les étapes nécessaires par lesquelles il nous faut passer afin qu'une idée se concrétise sous forme d'une entreprise.

L'INSEE définit la création d'entreprise comme « la mise en œuvre de nouveaux moyens de production ».²⁵ Elle distingue donc la création de la reprise d'entreprise. En effet, dans cette seconde hypothèse, Nous utilisons des moyens de production d'ores et déjà existants pour poursuivre une activité. **De notre point de vue, la création d'entreprise est un mode de vie, un challenge permanent, une capacité à jongler avec sa trésorerie et à prendre des décisions dont les conséquences impacteront le niveau de vie de l'entrepreneur et de ses collaborateurs.**

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

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

De ce fait, afin de créer son entreprise il nous faut suivre un certain nombre d'étape :

3.1. Déterminer son projet de création d'entreprise

Il y a ceux qui créent leur entreprise par opportunité ou parce qu'ils portent un projet en eux depuis un certain temps. Il y a aussi ceux qui sont attirés par le mode de vie de l'entrepreneur et qui cherchent une belle idée à exploiter. Si l'on fait partie de cette seconde

²⁵ Ibid. p30

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

catégorie, notre première étape de création d'entreprise sera de trouver une idée et de valider l'existence d'une clientèle prête à payer le prix.

Pour trouver une idée de création d'entreprise en accord avec les modes de consommation actuels (et avec vos aspirations), il faut en permanence s'en informer. Suivre les médias dédiés aux nouvelles tendances, s'inspirer des concepts existants qui cartonnent...

3.2. Réaliser une étude de marché pour la création d'activité

Une belle idée ne suffit pas pour rejoindre le monde de l'entrepreneuriat. Tous les créateurs d'entreprises le disent : l'étude de marché est indispensable pour déterminer s'il existe bien une clientèle pour acheter ses produits ou services. Elle permet aussi de prendre connaissance du secteur d'activité concerné, du nombre de concurrents implantés et de la pertinence de l'arrivée sur ce marché.

Enfin, l'étude de marché est l'entrée en matière pour déployer une stratégie de pénétration, c'est-à-dire trouver le positionnement, l'image de marque, fixer les prix, mettre en place une première gamme de produits/services, une stratégie de distribution adéquate... Tous ces éléments seront ensuite consignés dans le business plan.

3.3. Le financement de votre activité entrepreneuriale

Avant de se lancer dans la création, il faut se pencher sur la question de du financement de l'entreprise, qui est sans doute le point le plus drastique.

Le créateur doit ainsi envisager dans un premier temps les coûts de sa future activité et ainsi faire un plan prévisionnel des financements de son activité. Puis après avoir chiffré tout cela, il faudra s'attacher à la recherche de financements de l'entreprise.

À ces fins, il peut être recommandé de se rapprocher d'un expert-comptable pour établir un prévisionnel financier en fonction de plusieurs scénarios. Le prévisionnel financier sera considéré comme un gage de sérieux pour les éventuels investisseurs.

Grâce à l'étude de marché, on a pu examiner la faisabilité et la viabilité de l'activité.

On doit ainsi monter un plan prévisionnel financier. Cela va consister dans un premier temps à prévoir l'ensemble des dépenses et des gains de l'activité. A côté de l'étude de marché qui aura été réalisée, le plan prévisionnel financier va mettre en avant la viabilité financière du projet ainsi que sa rentabilité économique.

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Cette étude financière va mettre en avant les besoins de financement de l'activité. Il s'agit ici de faire ressortir les financements dont on aura besoin. L'étape de recherche de financements de l'entreprise est plus que primordiale, car elle va mettre en avant s'il est possible ou non économiquement et financièrement de créer son entreprise et de développer sereinement son activité.

Il existe un certain nombre de moyens de chercher du financement. Il y a 4 sources de financement que l'on peut mettre en avant :

- le financement interne de l'entreprise : c'est le financement par les associés, il regroupe les apports constituant le capital social, les apports en compte courants d'associés ;
- le financement externe de l'entreprise : c'est le financement généré par le capital-risque, les fonds d'investissement ou encore le système du financement participatif (le crowdfunding) ;
- le financement bancaire de l'entreprise : les banques mettent à la disposition des entrepreneurs un certain nombre de prêts et de moyens divers et variés afin de créer leur entreprise, comme par exemple le prêt à la création, l'affacturage, et bien d'autres ;
- le financement gouvernemental de l'entreprise : il regroupe les aides aux chômeurs pour la création d'entreprise (ARE, ARCE, ACCRE, NACRE) ainsi que d'autres aides fournies par des organismes gouvernementaux.

Le choix du financement dépendra d'un certain nombre d'éléments. En effet, selon l'activité qui souhaite être mise en œuvre, la situation financière de l'entrepreneur, ou des associés fondateurs, la source de financement sera différente.²⁶

3.4. Etablir un business plan de création ou reprise d'entreprise

Il s'agit également, pour le créateur d'entreprise, de réfléchir à un modèle économique rentable. À cette étape, on doit réaliser des simulations financières jusqu'à construire un prévisionnel financier faisable et rentable. La partie économique du projet d'entreprise doit aussi mettre en exergue les ressources et partenaires qui seront mobilisés pour le financement, ainsi que le budget personnel et professionnel à venir.

²⁶ CAPRON, (H). « *Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise.* » Edition De Boeck, Bruxelles, 2009. P 53.

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

La construction du prévisionnel financier dans le business plan est généralement réalisée par un expert-comptable. Grand moment dans la vie de l'entrepreneur, il formalise le cycle d'exploitation de l'activité à venir et montre la richesse qui sera dégagée.

3.5. Le choix de la forme sociale de son entreprise

Il est souvent compliqué de choisir parmi toutes les formes juridiques existantes. Le choix d'une structure juridique va engendrer un certain nombre de conséquences en terme de régime social, fiscalité, rémunération ou encore responsabilité.

De plus, ce choix va aussi dépendre de l'activité, des besoins ou encore de la situation personnelle et financière de l'entrepreneur. Un tableau comparatif des différentes formes juridiques permet d'y voir plus clair.

Tout d'abord un choix entre entreprise individuelle et entreprise sociétaire est une première étape.

- **L'entreprise individuelle** a la particularité que l'entrepreneur et l'entreprise ne forment qu'une seule et même personne. L'entreprise individuelle a des avantages et des inconvénients qu'il est nécessaire de connaître afin d'éviter de mauvaises surprises. L'entrepreneur aura une grande liberté dans ses actions et dans la gestion de l'entreprise, cependant il sera le seul et unique responsable des dettes de l'entreprise. De plus les patrimoines personnel et professionnel seront confondus. Heureusement, une déclaration d'insaisissabilité dans le cadre de l'EURL est possible mettant ainsi à l'abri le patrimoine personnel des dettes contractées par l'entreprise. Il aura notamment la possibilité d'opter pour le régime d'entrepreneur individuel à responsabilité limitée (EIRL). D'autres conséquences découlent du choix de cette forme sociale. Par contre, cette forme juridique n'est pas adaptée pour obtenir des financements internes : il ne pourra pas faire entrer des investisseurs dans le capital²⁷. Enfin, l'entreprise individuelle présente l'avantage de permettre l'option pour le régime micro social et micro fiscal proposant des taux de cotisations et d'imposition particulièrement avantageux à condition que votre activité engendre peu de frais ;
- Il est aussi possible de choisir **la forme sociétaire**. La création d'une société donne naissance à une nouvelle personne morale indépendante de la personnalité de son(es) fondateur(s). Il existe d'importantes différences concernant le régime social, fiscal, la

²⁷ Ibid. 56

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

responsabilité des associés selon la forme de la société. Parmi les sociétés qui rencontrent le plus de succès, la SARL et la SAS ont de nombreux avantages.

Il est ainsi nécessaire de connaître ces différences pour adopter la forme sociale la plus adaptée aux besoins de l'entrepreneur et à son activité. À noter que la société peut désormais être déclinée sous une forme individuelle (un seul associé) avec l'EURL.

3.6. La rédaction des statuts

Si l'entrepreneur opte pour la création d'une société, l'étape de la rédaction des statuts est une étape cruciale lors de la création de l'entreprise. Les statuts sont le squelette de l'entreprise, car l'ensemble des règles la concernant y sont posées : la détermination des pouvoirs, son objet social, les apports, le montant du capital social, le siège social, sa dénomination sociale ...

Les statuts s'apparentent à un contrat de société et sont ainsi nécessairement établis par écrit. Il ne s'agit pas d'une condition de validité mais plutôt d'une preuve afin d'authentifier l'existence d'une société.

Il est recommandé d'établir les statuts de façon assez courte et de les compléter par la rédaction d'un pacte d'associés, car la modification des statuts est une lourde formalité, qu'il convient d'éviter dans la mesure du possible.

L'accompagnement d'un professionnel pour la rédaction des statuts, mais aussi du pacte d'associé est conseillé pour n'oublier aucune mention et pour qu'ils correspondent au mieux à la société et à aux besoins et désirs de l'entrepreneur.

Voici ci-dessous un schéma qui pourra aider à mieux expliquer les phases par lesquelles passe un entrepreneur lors de la création de son entreprise :

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Figure N°01 : Les 7 étapes de la création d'entreprise d'Héloïse Fougeray



Source : Héloïse FOUGERAY, L'infographie des 7 étapes de la création d'entreprise (2021), Legalstart.fr, disponible à l'adresse : <https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/creer-sa-societe/etapes-de-creation-entreprise/> consulté le [06/08/2021]

CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT ET LA CREATION D'ENTREPRISE

Après l'énumération de ces étapes, on déduit que la création d'une entreprise est une tâche complexe et relativement longue, qui demande beaucoup de recherche et de réflexion surtout au niveau juridique, financier, matériel et humain. Il faut beaucoup de temps et d'observation pour connaître le terrain sur lequel on s'engage pour éviter de créer une entreprise qui disparaîtra dans un proche avenir pour cause de mauvaise préparation.

Conclusion

En rédigeant ce chapitre, nous avons récapitulé à travers moult définitions, la perception qu'a le monde sur l'entrepreneuriat ainsi que l'entrepreneur ces dernières décennies, leur importance au sein de la société ainsi que leur poids dans la croissance économique des pays, sans oublier ce qu'il en est réellement de l'entrepreneuriat en Algérie, son évolution à travers le temps ainsi que les dispositifs mis en place pour aider les jeunes notamment à créer leurs propres entreprises. Nous avons également, à travers l'énumération des formes de l'entrepreneuriat, pu voir l'entrepreneuriat sous différents angles et aspects, ce qui nous a aider à comprendre qu'il y avait d'autres alternatives autre que la création d'entreprise ex-nihilo et qui sont tout autant intéressantes. Enfin nous nous sommes attardés sur les différentes étapes de la création d'entreprise, ce qui nous a aider à comprendre qu'il ne suffit pas d'avoir une idée, mais qu'il faut l'accompagner d'une bonne préparation basée principalement sur les recherches que l'on peut faire sur l'aspect juridique et financier de notre projet.

CHAPITRE II

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Introduction

La création d'entreprise est un vaste domaine pouvant être abordé sous différents angles, nous avons choisi d'étudier à travers ce deuxième chapitre la phase amont de la création d'entreprise à savoir l'intention entrepreneuriale et plus précisément l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. En effet, l'intention est au cœur du processus entrepreneurial, il est donc important d'approfondir ses recherches à ce sujet notamment, car les étudiants constituent une partie des futurs entrepreneurs ; c'est pour cela que ce chapitre va tenter de faire ressortir le lien existant entre l'université en tant qu'établissement de formation et l'entrepreneuriat chez les étudiants. Nous nous intéressons donc particulièrement à l'intention entrepreneuriale chez les étudiants, dans la mesure où elle représente, selon plusieurs études, la variable la plus fiable pour prédire un comportement entrepreneurial.

Ce chapitre comprend trois sections, la première introduit les notions et les concepts de bases de l'intention entrepreneuriale, ainsi que les facteurs caractérisant l'intention entrepreneuriale; cette partie est complétée par la seconde section qui explique en détails les différents modèles processuels de l'intention entrepreneuriale, et enfin nous terminerons avec une dernière section qui représente un axe majeur dans notre projet, à savoir celui du rôle de l'enseignement supérieur dans la promotion de l'entrepreneuriat chez les étudiants.

Section 01 : concepts et théories de l'intention entrepreneuriale

Au cours de cette section, nous allons axer notre cadre théorique sur la définition de l'intention à travers une comparaison avec la vision, afin de les situer dans le processus entrepreneurial, puis énumérer les différents facteurs contribuant à la formation de l'intention entrepreneurial chez l'individu.

1.1. La vision et l'intention entrepreneuriale

Le caractère cognitif de la vision et de l'intention entrepreneuriale font souvent l'objet d'une nuance qu'il faut mettre en avant afin de les comprendre et de connaître le rôle de chacune d'elles dans tout processus entrepreneurial.

1.1.1. Qu'est-ce que la vision ?

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

L. J. Filion [1991] définit dans ses recherches, la vision comme « [...] *une image projetée dans le futur, de la place qu'on veut voir occupée éventuellement par ses produits sur le marché, ainsi que l'image du type d'organisation dont on a besoin pour y parvenir* »²⁸. Selon l'auteur, trois formes de visions peuvent être envisagées : une vision émergente qui « représente les idées et concepts de produits et services qu'un chef de file a dans la tête » ; une vision centrale qui « est généralement l'aboutissement d'une ou plusieurs visions émergentes » ; et enfin une vision dite secondaire « qui s'exprime par des activités de gestion en marketing, finance, etc. ». Cette dernière vision fait progresser la vision centrale. La « vision » s'inscrit ici dans des logiques commerciales et organisationnelles.

Nous remarquons donc que cette définition est axée sur l'entreprise et ses composantes, autrement dit une personne morale qui existe déjà. Dans ce cas on peut dire que la vision se trouve au cœur de tous les flux physiques et financiers qui interagissent constamment au sein d'une entreprise et néglige considérablement l'aspect futur et la projection sur des objectifs futurs.

Carrière [1991] définit quant à lui, la vision comme « *la dynamique de construction mentale d'un futur souhaité et possible pour une entreprise* »²⁹. Selon lui, trois niveaux de vision peuvent être distingués : une vision générale où les valeurs et les croyances du dirigeant sont déterminantes ; une vision intermédiaire se concrétisant dans des schémas mentaux stratégiques ; et enfin, une vision parcellaire fondée sur les aspects de l'environnement intéressant le dirigeant. A cette deuxième définition se rajoute l'aspect cognitif mais aussi le rôle du leader de la firme.

Dans le contexte de la création d'entreprise, autrement dit, le contexte entrepreneurial, la vision correspond, selon Amboise et Nkongolo Bakenda (1993, p.18),³⁰ au « point de départ, à l'idée de création d'une entreprise ». 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

²⁸ CREPLET Frédéric et MehamanpazirBabak ; 2000 ; une analyse cognitive du concept de « vision entrepreneuriale » ; Strasbourg ; Université Louis Pasteur, Université Robert Schuman ; article universitaire ; disponible à l'adresse : file:///C:/Users/user/Downloads/UNE_ANALYSE_COGNITIVE_DU_CONCEPT_DE_VISION_ENTREPR.pdf ; [consulté le 17/06/2021]

²⁹ibid

³⁰Nkongolo-Bakenka J.M., D'Amboise G., Garnier B. (1994), « L'association entre la manifestation de la vision stratégique des propriétaires-dirigeants de PME et la performance de leur entreprise », Revue Internationale PME, p7

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

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.³¹

Ainsi, nous pouvons définir la vision comme **une étape cognitive du processus entrepreneurial ou se rencontrent les perspectives futures propres au porteur d'idée**. Par perspectives, on désigne le projet lui-même, ses acteurs, ses flux physiques et monétaires, ses résultats, son environnement...etc. Cette étape reste importante car elle est toute aussi subjective qu'exclusive donc elle contribue fortement à structurer une intention entrepreneuriale et par la suite le projet en question.

1.1.2. Qu'est-ce que l'intention ?

Au début des années 90 on a commencé à parler de l'intention entrepreneuriale et c'est un terme qui peut prendre plusieurs définitions.

Pour Ajzen (1991), « *les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Sans cette volonté d'agir, qui amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement de son but, nous ne pouvons pas parler d'intention entrepreneuriale* ».

En entrepreneuriat, « intention » est un terme qui a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs. Brochaus (1978) souligne l'importance de l'intention quant à la compréhension de l'entrepreneur. L'auteur considère que « l'information doit être obtenue des entrepreneurs potentiels avant que la décision entrepreneuriale soit prise »³². Généralement, une distinction s'impose entre la dimension stratégique et la dimension entrepreneuriale de l'intention. Plusieurs auteurs ont appliqué des modèles d'intention à l'acte de création d'entreprise que l'on développera dans la section qui suit.

Pour Verstraete (1999),³³ repérer l'intentionnalité implique une identification précoce du but pour comprendre les agissements d'un entrepreneur. Sachant que les buts ne sont

³¹ BOURGUIBA Malek ; 2007 ; de l'intention à l'action entrepreneurial : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes ; Nancy ; Université Nancy2 Institut d'administration des entreprises ; thèse de doctorat nouveau régime sciences de gestion ; page 26

³² SALEH Léna ; 2011 ; L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban ; Nancy ; Université Nancy2 Institut d'administration des entreprises ; thèse de doctorat ; page 64

³³Verstraete T ; (1999) ; Entrepreneuriat ; Connaître l'entrepreneur comprendre ses actes ; Le Harmattan ; collection Economies et Innovation ; L'Harmattan ; page 207

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

qu'une manière commode de désigner le produit d'interactions complexes entre des projets, des phénomènes émergents, et des opportunités.

Selon Tounes (2003), « l'intention est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique ». Bird (1988, p. 445) écrit que l'intention est un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu.) A cet effet, la création d'entreprise sera considérée comme « un résultat direct des intentions des individus qui sont influencés par les variables environnementales » (Bird, 1992, p. 11).

De l'ensemble de ces définitions de l'intention entrepreneuriale qui est l'objet de notre étude s'ajoute la nôtre qui stipule que **l'intention est d'abord un état mental dans lequel se met l'individu volontairement ou involontairement (idée soudaine d'entreprendre ou suite à une succession de facteurs) et ceci selon des circonstances environnementales précises, lui procurant ainsi une volonté et une motivation d'agir afin de créer à l'avenir son entreprise en se basant sur son idée initiale.** Cette volonté est alimentée par l'envie d'atteindre son objectif et de réussir, car il faut le noter une intention entrepreneuriale est souvent accompagnée de volonté de réussir et jamais d'échouer.

Nos lectures nous ont permises de constater que l'intention et la vision sont deux états mentaux et cognitifs différents mais quasi inséparables sur le champ psychologique qu'économique du porteur d'idée. En effet, une vision traduit la perspective future du projet et qui reste constamment présente même des années après la réalisation du projet car elle nourrit le chef de projet en idées nouvelles et en décisions futures ; quant à l'intention elle motive l'individu à réaliser le projet existant dans sa vision en le poussant à se procurer les moyens matériels, humains et financiers du projet qui sont déjà présents dans sa vision. Nous pouvons donc conclure en disant que le porteur d'idée et son environnement alimentent la vision et l'intention mais que l'intention met en œuvre l'idée grâce à la vision.

1.2. Les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale

Certaines conditions d'émergence des projets innovants ont été repérées. Selon la vision de Schumpeter (cité dans Mustar, 1997), un individu ne se lancera que s'il est certain de pouvoir tirer les fruits de ses efforts, c'est-à-dire de bénéficier d'un monopole, même temporaire. Ashcroft et al. (1991) précisent cette idée en montrant que le profit attendu de la

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

création, la probabilité économique de ce profit et la présence de capitaux propres initiaux sont, à cet égard, trois déterminants décisifs.

Des caractéristiques individuelles ont par ailleurs été mises en évidence telles que :

- le désir d'indépendance ;
- le besoin d'épanouissement et de reconnaissance ;
- l'influence du contexte familial (Albert et Mougenot, 1988) ;
- l'expérience professionnelle, les compétences acquises ;
- les valeurs et représentations mentales (Fayolle, 1999).

La notion d'esprit d'entreprendre qui est en quelques sortes une reformulation de l'intention d'entreprendre est définie à partir des caractéristiques de l'entrepreneur, qui se distingue du manager et de l'inventeur. Remi Bachelet, Caroline Verzat, Dominique Frugier & Aïni Hannachi (2004) montrent que l'esprit d'entreprendre peut être étudié à partir de quatre types d'éléments que l'on va développer par la suite :

- des projections identitaires ou professionnelles orientées sur l'entrepreneuriat ;
- des capacités, attitudes et croyances typiques ;
- un passé identitaire éventuellement associé à un milieu social entrepreneurial ;
- des préférences pédagogiques ou des manières de s'inscrire dans la scolarité et de vivre sa vie étudiante.³⁴

1.2.1. Les projections identitaires entrepreneuriales

Elles se déclinent par la prise des responsabilités associatives ou prendre le leadership d'une équipe de projet..., elle peut se manifester par un projet professionnel progressivement construit, notamment autour de la création d'entreprise. Dans celle-ci on trouve la manifestation de l'esprit d'entreprendre dans les quatre formes suivantes :

- l'expression de l'intention de créer une entreprise ;
- des comportements précurseurs pendant les études (par exemple : prendre des responsabilités associatives ou prendre le leadership d'une équipe de projet...) ;

³⁴ MADANI Wafaa, BENDAIDA Houari ; 2017 ; L'effet de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'esprit d'entreprendre chez les étudiants de l'Université d'Oran ; IN : Revue des Sciences Economiques[en ligne], vol 13, n° 15, décembre 2017 ; page 80 ; [consulté le 20/06/2021]. disponible à l'adresse : <file:///C:/Users/user/Downloads/L%E2%80%99effet%20de%20l%E2%80%99enseignement%20de%20l%E2%80%99entrepreneuriat%20sur%20l%E2%80%99esprit%20d%E2%80%99entreprendre%20chez%20les%20%C3%A9tudiants%20de%20l%E2%80%99Universit%C3%A9%20d%E2%80%99Oran.pdf>

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

- une projection identitaire qu'on peut repérer par des revendications auprès d'autrui de ce qu'on est ou veut être ;
- un projet professionnel progressivement construit, notamment autour de la création d'entreprise.

1.2.2. Les capacités, attitudes et croyances typiques

A ce niveau, nous allons noter que les attitudes, le sentiment de compétence et de contrôle, des croyances liés à l'entrepreneur sont des facteurs d'influence sur l'esprit d'entreprendre à partir des indicateurs où on trouve l'autonomie (Craid 1990, Cromie 1987), le besoin d'accomplissement (McClelland 1961, Koh 1996), le dynamisme (Craid 1990), la prise de risque (Koh 1996), la prise d'initiative (Cromie 2000). la responsabilité (McClelland 1961), l'innovation (Koh 1996, Craid 1991) la volonté-détermination (Cromie 2000), saisir les opportunités (Fayolle 2004, Herron 1990, Vesper 1989, Baum 1995), travailler en équipe (Chandler & Jensen 1992, Lorrain & Belley 1998), et la capacité à prendre des décisions (Deeks 1976, Hefer& Sandberg 1987).³⁵

1.2.3. Le passé identitaire

Il est courant de marquer dans la littérature entrepreneuriale l'importance des héritages et modèles d'identification reçus dans l'enfance.

1.2.4. L'enseignement de l'entrepreneuriat

Ce point qui consiste l'objet de notre recherche sur lequel il faut mettre l'accent car l'éducation à l'entrepreneuriat sont importants pour former des entrepreneurs mais aussi pour des intrapreneurs qui seront demain les éléments moteurs des entreprises. Ceci permettra de développer une culture entrepreneuriale partagée et véhiculée par tous et favorisera ainsi l'innovation, l'initiative et la prise de responsabilité au niveau des organisations

Après avoir introduit le concept de l'intention, et les différents facteurs qui caractérisent l'intention d'entreprendre, nous allons dans la section suivante, nous étaler sur les modèles de l'intention entrepreneuriale tels qu'ils ont été élaboré par leurs auteurs.

³⁵ SALEH Léna, Op.cit ; page 82.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Section 02 : La modélisation processuelle de l'intention entrepreneuriale

Comme il fût expliqué plus haut, la motivation joue un rôle important dans le processus de création d'entreprise, c'est pour cela que l'école de la psychologie sociale a dû intervenir dans le champ de l'entrepreneuriat afin d'apporter une explication sur le comportement intentionnel du porteur d'idée. Azjen, Shapero, ont tenté d'énumérer et d'expliquer les différents facteurs psychosociaux de motivations qui poussent l'individu à créer son entreprise. Ajzen (1987), Shapero et Sokol (1982) repris par Krueger (1993), Learned (1992), Bird (1988) repris par Boyd et Vozikis (1994) et Davidsson (1995), tous ont énuméré et expliqué les facteurs psychosociaux qui sont derrière la motivation de l'individu à créer son entreprise à travers les modèles de l'intention entrepreneuriales que l'on va présenter.

2.1. Le modèle du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale

Bien qu'elle se rapporte au champ de la psychologie sociale, la théorie du comportement planifié est une référence très utilisée par la majorité des recherches qui se sont penchées sur l'étude des comportements intentionnels. Ce modèle postule que tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné³⁶, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets de motivations qui influencent le comportement. En effet cette théorie attribue à l'intention une place centrale pour la prédiction du comportement. S'inspirant de la théorie de l'action raisonnée fondée par Ajzen et Fishbein (1980), la théorie du comportement planifié présente l'intention comme prédicateur du comportement par, le biais de trois antécédents :

- Les attitudes envers le comportement : qui traduisent le degré d'évaluation favorable ou défavorable, que l'individu fait du comportement auquel il aspire. Elles dépendent fortement des résultats probables escomptés du comportement envisagé ;
- La norme subjective perçue : est la perception qui imprègne l'individu suite aux pressions sociales exercées par son plus proche entourage (parents, famille, amis), par rapport à ce qu'il voudrait entreprendre (Ajzen, 1991, p.188) ;
- Le contrôle perçu : est une variable qui a été jointe à la théorie de l'action raisonnée. En effet, pour Ajzen (1991), l'intention ne peut trouver un terrain d'expression, que si elle est sous le contrôle de la volonté de l'individu. Le contrôle perçu fait référence

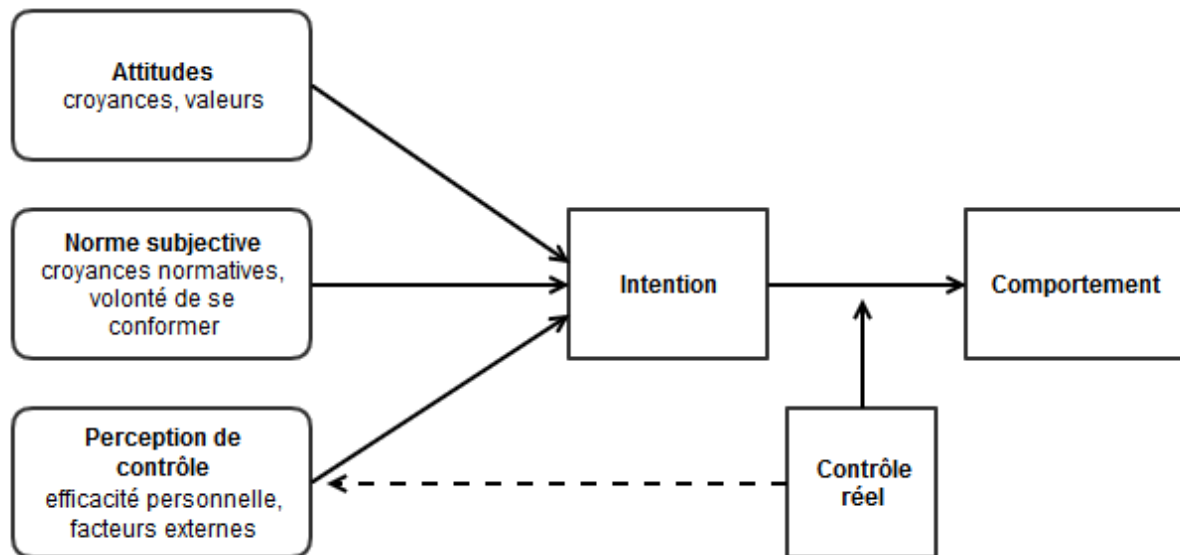
³⁶BOISSIN J, BRANCHET B, BENREDJEM R, SCHAAPER J ; 2010 ; Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : France – Pays arabes ; Cahier de recherche n°2009-30 E4 ; 25/01/2020 ; P2.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

aux connaissances et aux degrés de contrôle qu'a un individu de ses propres aptitudes, de ses expériences et de ses obstacles antérieurs, ainsi qu'aux ressources et aux opportunités nécessaires, en vue de concrétiser le comportement désiré. L'auteur accorde à cette variable un rôle important, en ce sens qu'elle apporte plus de précision quant à la prédiction du comportement. Il lui prévoit donc un rôle en phase intermédiaire, c'est-à-dire entre l'intention et l'accomplissement de l'action.

La figure suivante schématise explicitement le modèle théorique du comportement planifié :

Figure N°01 : modèle de la théorie du comportement planifié d'Azjen



Source : De MONTINY F, PIERCE T ; 2016 ; La théorie du comportement planifié appliquée à l'engagement paternel lors de la transition à la parentalité ; Québec ; thèse de doctorat en philosophie ; Université du Québec en Outaouais ; page 182.

Comme nous pouvons le constater dans la figure ci-dessus, les trois variables explicatives de l'intention sont corrélées. Elles se rapportent, directement ou indirectement à deux aspects indissociables de la pensée humaine (affectif : attitude et normes subjectives, et raisonné : contrôle perçu). En fusionnant leurs effets, elles conduisent à l'émergence d'une forme d'intention. Plus la norme subjective, l'attitude et le contrôle perçu sont favorables, plus l'intention d'accomplir le comportement envisagé sera forte.

L'importance de la théorie du comportement planifié réside, notamment, dans la proposition d'un modèle théorique utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel. En effet, la théorie de comportement planifié a été employée avec succès dans

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

plusieurs études relevant de différents domaines (Budd, 1986 ; Prestholdt, Lane et Mathews, 1987 ;Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988)³⁷. Ayant fait ses preuves dans la prédiction de nombreux comportements (tels que la perte de poids, l'arrêt de la cigarette, les choix électoraux et de loisir, l'adoption des nouvelles technologies, le choix de carrière...), elle a également été utilisée dans d'autres disciplines et notamment dans la gestion (effets de l'adoption d'une nouvelle technologie sur la performance, comportement du consommateur, création d'entreprise).

2.2. Le modèle de la théorie de la formation de l'évènement entrepreneuriale de Shapero et Sokol 1982

Shapero et Sokol (1982) furent parmi les pionniers s'étant intéressés aux éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat, en tant que voie professionnelle. Les auteurs modélisent la formation de l'évènement entrepreneurial en recensant la notion de déplacement. A partir de l'environnement immédiat de l'entrepreneur, certains événements contextuels (sa vie professionnelle ou sa vie personnelle) provoquent, par rupture psychologique et/ou matérielle, un changement dans la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel. Ces événements contribuent, ainsi, à précipiter la décision entrepreneuriale (i.e. l'intention). Pour reprendre les termes de Shapero et Sokol (1982, p.79), « le processus de changement de trajectoire individuelle peut être décrit en termes de vecteurs de forces directives qui mènent un individu à aller dans une direction donnée à un moment donné »³⁸. Ces déplacements peuvent être classés en trois catégories :

- Les déplacements négatifs (negative displacement: divorce, licenciement, émigration, insatisfaction au travail, etc.) qui ne sont généralement pas sous le contrôle de l'individu mais plutôt imposés par l'extérieur. Ces facteurs sont les plus fréquents, mais c'est souvent la combinaison de facteurs positifs et négatifs qui amènerait à la création d'entreprise ;
- Les déplacements positifs (positive pull : famille, consommateur, investisseurs, etc.) qui sont des événements relevant souvent de sources d'opportunités pas toujours professionnelles (comme en réponse à un passetemps favori ou une occupation secondaire) ;

³⁷BOURGUIBA Malek, op.cit.

³⁸Shapero A., Sokol L ; (1982); "The social dimension of entrepreneurship"; In Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. (eds.); The Encyclopaedia of entrepreneurship; Englewood Cliffs NJ :Prentice Hall, page 72-90.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

- Les situations intermédiaires (betweenings : sortie de l'armée, de l'école, de prison...) qui résultent d'une rupture conséquente à l'achèvement d'une étape de vie plaçant l'individu entre deux situations ou deux engagements. Elles se différencient des déplacements négatifs par leur caractère prévisible.

L'interaction entre les différents déplacements marque le changement de la trajectoire de vie de l'individu et sont, par conséquent, à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial. Par ailleurs, ces déplacements précipitant l'acte entrepreneurial, sont animés par des individus, ou des groupes d'individus, leurs permettant d'évoluer dans le temps. Ainsi, à l'interface de ces trois facteurs initiateurs de l'acte entrepreneurial, émergent deux auteurs variables intermédiaires :

- Perception de la désirabilité : qui « caractérise le degré d'attrait qu'un individu perçoit pour un comportement donné³⁹. » Ces perceptions de la désirabilité se forment par le système de valeurs des individus, comme la culture, la famille, les collègues ou un mentor, et des facteurs individuels, tels que les caractéristiques, les connaissances, les compétences ou les habilités ;
- Perceptions de la faisabilité : elles peuvent se résumer par les deux questions suivantes : « Suis-je capable et ai-je les moyens d'arriver à mes fins (la création d'entreprise) ? »⁴⁰ Par exemple, la disponibilité des ressources financières joue un rôle important dans la faisabilité d'une personne. Pour être un entrepreneur selon Shapero et Sokol (1982), il faut d'abord percevoir l'action de créer comme crédible, ce qui implique que l'entrepreneur devra posséder la désirabilité et la faisabilité.⁴¹

La figure suivante illustre les caractéristiques des trois types de déplacements, et celles des deux types de perceptions qui déterminent par la suite la décision entrepreneuriale selon le modèle de l'évènement entrepreneurial de Sokol et Shapero :

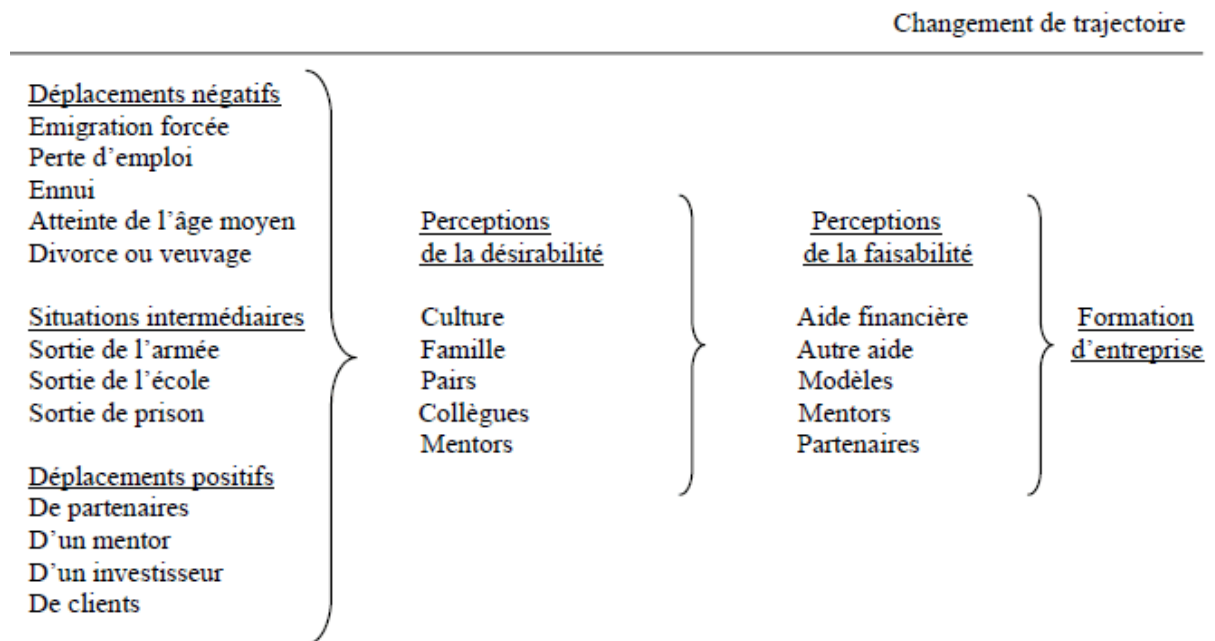
³⁹Emin ; (2004) ; « Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention » ; Revue de l'entrepreneuriat-vol3, n°1 ; page 04.

⁴⁰Beaudoin J. (2009), « L'entrepreneuriat forestier autochtone : cas de la communauté Ilnu de Mashteuiatsh » ; mémoire pour l'obtention du grade de maître des Sciences (M.Sc) à la Faculté des Etudes Supérieures de l'Université Laval ; Québec ; page 13 ; disponible à l'adresse : https://www.researchgate.net/publication/43225256_L'entrepreneuriat_forestier_autochtone_le_cas_de_la_communaute_ilnu_de_Mashteuiatsh

⁴¹Shapero A., Sokol L ; (1982); Op.cit P74

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Figure N°02 : modèle de la théorie de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol



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

Le modèle décèle un soubassement interactionniste dans le sens où il se base sur une complémentarité des variables proposées⁴². C'est-à-dire, aucune variable, prise individuellement, ne peut mener à la création d'entreprise. La figure ci-dessus traduit le changement de trajectoire, par une combinaison de variables contextuelles mettant en évidence deux concepts clés complémentaires : la perception de la désirabilité (ou du degré d'attrait perçu, qui peut être assimilé aux concepts de : la norme subjective perçue et de l'attitude, proposés dans la théorie développée par Ajzen (1991)) et de la faisabilité (ou la perception des variables de soutien et d'aides de différentes natures, qui peut renvoyer au concept de contrôle perçu dans la théorie du comportement planifié d'Ajzen).

2.3. Le modèle conceptuel de l'évènement entrepreneurial de Krueger et Carsrud (1993)

Krueger et Carsrud (1993)¹³ sont, les premiers, utilisé la théorie du comportement panifié au champ de l'entrepreneuriat, ils reprennent le fait que la création d'une entreprise est un comportement planifié, qui peut être prédit par l'intention du comportement, lorsque on cherche à mieux comprendre des phénomènes rares. Tentant de combler la limité du modèle

⁴² BOURGUIBA Malek, Op.cit., p51.

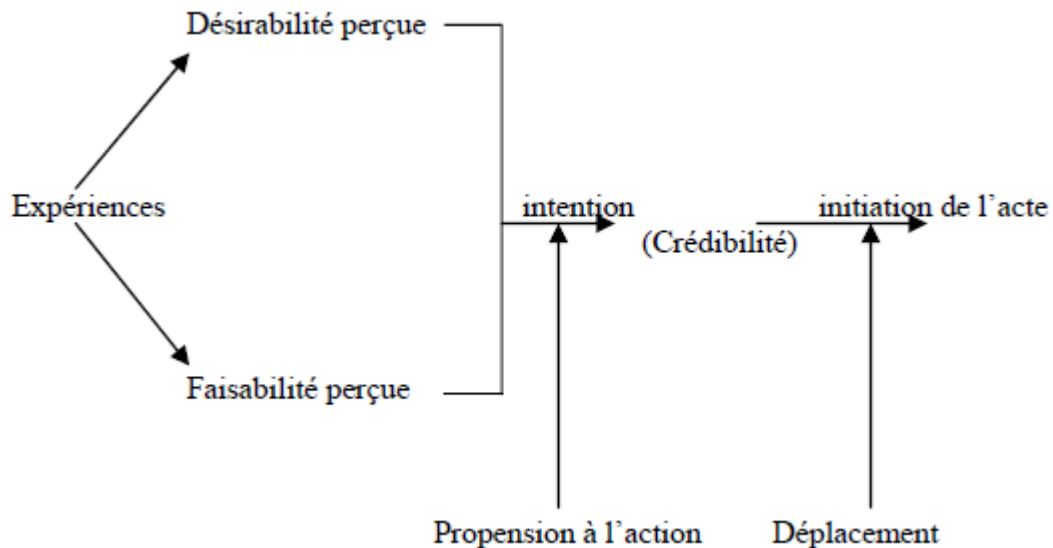
CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

de Shapero et Sokol, Krueger (1993), propose une reformulation des apports avec une réintégration plus concrète du concept de l'intention entrepreneuriale :

- Attrait perçue des comportements entrepreneuriaux : Ce facteur dépend des croyances relative à l'impact du comportement en termes de conséquence positives ou négatives nous retrouvons dans cet antécédent la notion de désirabilité perçue ;
- Normes sociales perçues sur les comportements entrepreneuriaux : Ce critère rend compte des perceptions à propos du comportement visé des personnes ou des groupes qui ont une place importante (souhaits des amis, de la famille...). Dont ces perceptions sont influencées par des croyances normatives ;
- auto-efficacité perçue /contrôle des comportements entrepreneuriaux : Cet antécédent est tout important dans ce modèle qui est relatifs à la faisabilité du comportement .Ce facteur est très similaire a la motion de « self-efficace » construit par Bandura (1986), et qui a été mobilisé dans le champ de l'entrepreneuriat ;
- Intention : Pour Brand(1984), l'intention représente le désir d'agir que la croyance que l'on va agir par exemple Brockhaus (1987) a montré qu'il faut décider de créer une entreprise avant de savoir qu'el type de l'entreprise. ;
- hypothèse d'influence exogène précipitant facilitant ou inhibant : ce modèle reste ouvert à l'influence de variables exogènes pour expliquer le passage de l'intention au comportement ce modèle suggère que des facteurs influencent le lien entre l'intention d'un individu et son passage à l'action.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Figure N°03 : Le modèle conceptuel de l'événement entrepreneurial tel que repris par Krueger (1993)



Source : DIAMANE M, KOUBAA S ; 2016 ; Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat ; Casablanca, Maroc ; thèse de Doctorat ; Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales Université Hassan II ; page 16.

2.4. Les modèles dans le contexte universitaire

Plusieurs auteurs (Kolveried, 1996 ;Davidsson ; Autio et al 1997 ; Filion, Heureux, Youaleu et Bellavance, 2002 ; Tounès, 2003 ; Emin, 2006 ; Boissin et al., 2009, Saint-Jean, Nafa et al, 2014) ont appliqué des modèles d'intention à l'acte de création d'entreprise. Ces études concernent spécifiquement une population étudiante. Le but est de proposer un cadre conceptuel modifié qui prend en considération ce lien. En d'autres termes, il s'agit d'adopter une démarche qui permet de clarifier : Quel est l'effet de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention de partir en affaire (désirabilité perçue et faisabilité perçue) chez les étudiantes.

Le tableau ci-dessous est un résumé des différentes théories des auteurs ayant axés leurs modèles sur une des populations composées d'étudiants :

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

TableauN°01 : résumé des modèles d'intention chez les étudiants

modèles	Questions de recherche	Variables explicatives	Variables expliquées
Kolvereid(1996)	Quels sont les éléments qui influencent l'intention entrepreneuriale	L'attitude à la norme sociale et au contrôle comportemental perçu	L'intention entrepreneuriale
Autio et al.	Comment se forme l'intention entrepreneuriale : quels sont les effets (directs ou indirects) des variables influençant le développement de l'intention entrepreneuriale ?	l'image de l'entrepreneuriat les attitudes générales l'environnement universitaire	L'intention entrepreneuriale
Filion et al (2003)	Quelles sont les perceptions des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat comme projet de carrière	Les perceptions des étudiants	L'intention entrepreneuriale
Audet (2004)	Quelles est l'influence de la désirabilité et de la faisabilité de lancement d'une entreprise sur la formation d'une intention entrepreneuriale ?	La désirabilité et la faisabilité de lancement d'une entreprise	L'intention entrepreneuriale
Weber et al (2009)	Quelle est l'influence de l'enseignement de	Les croyances et signaux	L'intention entrepreneuriale

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

	l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des élèves ?		
Tounes (2003)	Quelle est l'influence de programmes ou de formations en entrepreneuriat, au même titre que des variables situationnelles et personnelles, sur l'intention entrepreneuriale des étudiants ?	Les attitudes associées au comportement Les normes sociales, les perceptions du contrôle comportemental	L'intention entrepreneuriale
Emin (2003)	Quelle est l'influence de l'environnement universitaire sur la création d'entreprise par des chercheurs publics ?	La désirabilité et la faisabilité	L'intention entrepreneuriale
Boissin et al (2009)	Quelles sont les croyances et attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat ?	L'attrait perçu de la création d'entreprise ; Le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; La confiance qu'a l'individu en sa capacité de mener à bien le processus entrepreneurial	L'intention entrepreneuriale

Source : Sahel Léna ; 2011 ; l'intention entrepreneuriale des étudiants cas du Liban ; Nancy ; thèse de doctorat : université de Nancy2 ; page 208 – 210.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

De par cette panoplie de modèles entrepreneuriaux, il semble que le modèle de Tounès (2003) est celui que l'on va choisir pour effectuer notre enquête auprès des étudiants selon les variables liées à Les attitudes associées au comportement, les normes sociales et les perceptions du contrôle comportemental

Section 03 : les programmes universitaire dans la promotion de l'entrepreneuriat chez les étudiants

L'enseignement de l'entrepreneuriat est encore peu connu, et de nombreuses questions lui sont adressées. Selon Fayolle (2000), le système éducatif constitue le premier fondement du développement d'une culture et de l'action entrepreneurial. Nous allons au cours de cette section, expliquer les dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat, les méthodes pédagogiques et le rôle de l'université dans la formation des intentions entrepreneuriales des étudiants.

3.1. Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat

« Peut-on enseigner l'attitude entrepreneuriale ? » (Neunreuther, 1979). La réponse est positive à condition de favoriser des situations et des contextes d'apprentissage cohérents avec l'objectif de l'enseignement (Gibb, 1999). Les objectifs d'enseignement sont encore flous à définir, car il leur faut un degré de maturation que ne permet pas encore la politique très dispersée des établissements d'enseignement supérieur (Fayolle, 2003). De nombreux auteurs ont essayé de mieux les définir (Block et Stumpf, 1992 ; Albert et Marion, 1997 ; Fayolle, 1999).

Bécharde (1998) distingue les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat selon le niveau du programme offert⁴³. Dans le tableau ci-dessous, nous trouvons des objectifs centrés sur la personne (compétences techniques, humaines, et managériales), des objectifs centrés sur l'environnement de l'entrepreneuriat (la carrière d'entrepreneur, consultation).

⁴³Bécharde J.-P. (1998), L'enseignement en entrepreneurship à travers le monde : validation d'une typologie, *Management International*, 3(1), p. 25-34.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

TableauN°02 : les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat selon Béchard (1998)

programme	Objectifs de programmes
Sensibilisation à l'entrepreneuriat	Informier sur l'entrepreneuriat et sur la carrière d'entrepreneur
Création d'entreprise	Former des compétences techniques, humaines, et managériales pour générer son propre revenu, créer sa propre entreprise ou créer de l'emploi.
Développement des formateurs	Développer les compétences utiles pour la consultation, l'enseignement et le suivi des petites entreprises
Développement des entreprises	Répondre aux besoins spécifiques des propriétaires dirigeantes

Source : élaboré par nous même à partir de la revue de littérature

En générale, Saporta et Verstraete (2000) regroupent les objectifs d'une formation à l'entrepreneuriat dans une école ou université de gestion en deux familles :

- former des personnes pouvant appuyer l'entrepreneur dans la formulation et la mise en œuvre d'initiatives et dans la gestion des implications qu'elles ont dans l'entreprise.
- stimuler les capacités entrepreneuriales, celles-ci renvoyant à l'anticipation, à l'élaboration d'une vision, à la créativité, mais aussi à la concrétisation et à la déclinaison de la stratégie dans le management quotidien.

Dans ce sens, nous distinguons les objectifs centrés sur les facteurs personnels qui s'intéressent au développement des compétences et qualités personnelles ainsi que Les objectifs centrés sur l'environnement de l'entrepreneuriat qui aura des conséquences sur l'environnement économique et social.

3.1.1. Les objectifs centrés sur les facteurs personnels

Vesper (1972) a posé la question concernant l'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat aux différents professeurs. Le changement des qualités personnelles générales comme le courage, la confiance, la motivation, l'autonomie ont été mentionnée par les professeurs. C'est l'approche endogène de la formation à l'entrepreneuriat (Schmitt et

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Knoll, 2003). Dans cette perspective, l'objectif n'est pas forcément « la fabrication » des entrepreneurs mais augmenter le taux de pérennité des jeunes entreprises et former des candidats ayant la capacité entrepreneuriale pour gérer des initiatives, surtout que le marché d'emploi est saturé par les managers. Du point de la formation, Schmitt et Knoll(2003) constatent que les efforts sont essentiellement sur deux points : la définition du profil entrepreneurial et le développement personnel vers un profil type⁴⁴.

3.1.2. Les objectifs centrés sur l'environnement

Le développement de l'entrepreneuriat dans le système éducatif a un rôle primordial à jouer dans le développement d'un esprit et d'un environnement entrepreneurial (Verstraete, 1999) car, il contribue à imprégner l'entrepreneuriat dans les intentions de carrière des étudiants ; on peut citer comme exemple les Etats Unis sont connues pour compter les histoires des entrepreneurs les plus riches du pays et en faire des héros, afin de pousser les élèves à les imiter. En développant les compétences utiles pour la consultation et le suivi des petites entreprises, en répondant aux besoins spécifiques des propriétaires dirigeantes, l'environnement sera l'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat. Le succès d'une formation en entrepreneuriat n'est pas la création d'entreprise seulement mais, par exemple, la formation des banquiers qui savent monter un business plan, peuvent répondre aux interrogations de l'entrepreneur. C'est l'approche exogène de la formation en entrepreneuriat, « une approche centrée sur l'externe, c'est-à-dire sur l'environnement du porteur de projet et du projet lui-même (...). Les actions de formation associées à cet approche relèvent essentiellement de conférences, de cours de type magistral, d'exposés, de cas pratiques ou encore de sensibilisation à l'entrepreneuriat. La formation à l'entrepreneuriat est vue comme une sommation de différents domaines » (Schmitt et Knoll, 2003)⁴⁵. La fonction principale de l'enseignement de l'entrepreneuriat quant au l'environnement permettra la diffusion de l'esprit d'entreprise et l'augmentation du taux de pérennité des jeunes entreprises. La promotion de l'esprit d'entreprendre auprès d'un public d'étudiants est tout d'abord une nécessité économique. L'enseignement de l'entrepreneuriat permet aux étudiants de développer des compétences entrepreneuriales tout en découvrant l'esprit entrepreneurial c'est-à-dire « cette volonté constante de prendre des initiatives et de s'organiser compte tenu

⁴⁴ Schmitt C. et Knoll L. (2005) ; QUAND SAVOIR ENTREPRENDRE, C'EST SAVOIR CONCEVOIR : réflexions autour de différentes expériences ; A 04 Atelier Les Nouvelles sciences d'ingénierie : Expériences ; 01/06/2005 ; Page5 ; disponible à l'adresse : <https://archive.mcxapc.org/docs/cerisy/a4-5.pdf>

⁴⁵ Schmitt C. et Knoll L. (2005), Op.cit., page 5

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

des ressources disponibles pour atteindre des résultats constants (Gasse, 1982). « L'enseignement de l'entrepreneuriat constitue donc un outil essentiel pour développer une culture entrepreneuriale dans un pays. Au-delà même du développement du goût d'entreprendre et de l'esprit d'entreprise, l'enseignement peut contribuer à l'amélioration de l'image de l'entrepreneuriat et de l'entreprise, et à mettre en valeur le rôle de l'entrepreneur dans la société » ⁴⁶(Fayolle, 2007). Pour favoriser l'esprit d'entreprise, Santi (1994) élabore des conseils assortis de formules pédagogiques censées: centrer les cours sur les problèmes nouveaux, habituer les étudiants à penser en termes d'alternatives et de scénarios alternatifs, transmettre l'habitude de trouver de nouvelles solutions à des problèmes complexes et centrer les études des cas sur les entreprises déjà en incubation ou en réel démarrage.

3.1.3. Les objectifs centrés sur le processus entrepreneurial

Cet objectif prend bien évidemment en compte le fait que la création d'entreprise est considérée comme un processus (Hernandez, 1995). « Nos connaissances et notre compréhension limitées de l'interaction entre l'apprentissage et le processus entrepreneuriat restent parmi les domaines les plus négligés de la recherche en entrepreneuriat » Deakins et Freel (1998) page 40. Dans leur ouvrage « entrepreneur et décision », Hernandez et Marco (2006) délivre un message qu'il faut éduquer le plus grand nombre de compétences à acquérir « un œil absolu » pour détecter à temps les opportunités et à exercer le sens de la décision. Ces auteurs trouvent que l'aide à la prise de décision est un angle d'attaque intéressant : « en apprenant aux jeunes générations à bien décider en toute connaissance de cause, on aidera certainement leur quête de nouveauté, leur sens du risque et leur volonté de renouveler l'existant sans retomber dans les ornières du passé ». Bon nombre de chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat considère l'opportunité au cœur du processus entrepreneurial. Corbet (2005) fait un lien entre le style d'apprentissage et l'identification de l'opportunité. Dans ce sens, l'enseignement de l'entrepreneuriat doit favoriser les facteurs influençant la capacité des individus à identifier des occasions d'affaires. Shook et al. (2003) s'inspirent des travaux de Learned (1992) et de Shane et Venkatraman (2000) pour représenter le processus de création d'une organisation en quatre étapes : (1) l'étape de l'intention, (2) de l'identification, (3) de l'exploration et (4) de l'exploitation de l'opportunité. Aouni et Surlémont (2007) réalisent une analyse synthétique des compétences cognitives proposée par Shook et al. (2003). A chaque

⁴⁶ Fayolle A. (2007), L'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société, dans « l'art d'entreprendre », sous la direction d'Allain Fayolle, les Echos Edition, Paris, page 7-14

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

étape du processus entrepreneurial, l'analyse présuppose la nécessité de connaissances, attitudes et habilités différentes mais complémentaires. Les auteurs envisagent que « l'entrepreneur devra ainsi faire preuve, au fur et à mesure de son avancement dans le processus de création d'une activité, d'une capacité d'adaptation et d'acquisition de ces compétences complémentaires ». Ainsi, l'enseignement de l'entrepreneuriat doit s'intéresser au processus d'acquisition de ces compétences par les entrepreneurs.

3.2. Les méthodes pédagogiques de l'enseignement de l'entrepreneuriat

Legendre(2005) définit le concept de méthode pédagogique comme un ensemble de techniques agencées en vue d'atteindre un ou des objectifs pédagogiques. Dans ce sens, nous notons la diversité et la singularité de ces méthodes.

3.2.1. La diversité des méthodes pédagogiques de l'entrepreneuriat

Il existe de nombreuses méthodes pédagogiques. Plusieurs critères ont aidé à classer et à décrire les méthodes pédagogiques. Selon le critère de l'organisation spatiale de la classe, Béchard (2000) connaît les méthodes des grands groupes uniformes, les méthodes des groupes à géométrie variable et les méthodes individuelles. En se référant aux deux axes, l'axe de l'organisation spatiale de l'enseignement et, d'autre part l'axe du degré de contrôle des apprentissages, l'auteur avance l'idée qu'il existe trois catégories de méthodes pédagogiques : les méthodes pédagogiques de reproduction, les méthodes pédagogiques de construction, et enfin, les méthodes pédagogiques de Co-construction.

TableauN°03 : Cadre d'analyse des méthodes pédagogiques (adaptée de Béchard, 2000).

Catégories de méthodes	méthodes
Reproduction : Organisation spatiale : classe ou individuelle Contrôle de l'apprentissage : formateur	Exposés Documentation Enseignement programmé Enseignement modulaire Exercices répétitifs
Construction : Organisation spatiale : individuel Contrôle de l'apprentissage : apprenant	Protocole Recherche guidée Interview Projet individuel
Co-construction :	Jeux

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Organisation spatiale : classe ou groupe	Jeux de rôle
Contrôle de l'apprentissage : partagé entre le formateur et l'apprenant	Simulation
	Tournoi
	Etude de cas
	Enseignement par les pairs
	Travail d'équipe
	Laboratoire
	Apprentissage coopératif
	Groupe de discussion
	Ressources du milieu

Source adapté de Béchard, 2000 ; page 112.

Deux perspectives sont distinguées par Schied-Bienfait(2000). La première assimile l'acte d'enseigner à une activité de transmission de l'information et de connaissances, qui renvoie à une pédagogie de la « tête bien pleine ». La deuxième considère qu'enseigner l'entrepreneuriat c'est organiser des situations d'apprentissage, innover en matière pédagogiques et de contexte d'apprentissage par des pédagogies actives (voir le tableau ci-dessous)

Tableau N°04 : Distinction entre deux types de pédagogie (adapté de Schied-Bienfait, 2000)

Pédagogie « tête bien pleine »	Pédagogie active
Transmission de l'information et de connaissances	Organiser des situations d'apprentissage
Dimension conceptuelle	Multidimensionnelle (affective, sociale, pédagogique, psychologique...)
Valoriser l'observation réflexive	Valorise l'enseignement-apprentissage
L'apprenant est un spectateur	L'apprenant est un acteur
Conceptualisation (cours, conférences, témoignages, monographies)	Innovation en matière de modalités pédagogiques et de contexte d'apprentissage

Source : Sahel L ; 2011 ; l'intention entrepreneuriale des étudiants cas du Liban ; Nancy ; thèse de doctorat : université de Nancy2 ; 114.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

3.2.2. La singularité des méthodes pédagogiques de l'entrepreneuriat

Carrier (2009) fait un bilan des approches pédagogiques moins traditionnelles présentées dans la littérature des 15 dernières années s'intéressant à l'éducation entrepreneuriale. Il trouve différentes méthodes pédagogiques : simulation et jeux, l'usage de vidéos, de récits de vie et de jeux de rôles, la participation des praticiens dans la formation, et enfin la méthode qui entraîne les étudiants à l'identification et /ou la création d'opportunités d'affaires. Bien que la plupart des formateurs privilégient les cours traditionnels (les cours magistraux, plan d'affaires, et les études de cas), Fayolle et Verzat (2009) ont présenté trois types de pédagogie active : la méthode de cas de Harvard, l'apprentissage par problème, la pédagogie par projet⁴⁷. Ces auteurs avancent qu'au sein des méthodes actives, la pédagogie par projet est celle qui est la plus utilisée en entrepreneuriat. Pour cela, nous nous intéresserons à présenter la pédagogie par projet en premier lieu pour après analyser la méthode mise en situation.

3.2.2.1. Pédagogie par projet

Pour aborder le projet entrepreneurial, il est possible de le représenter dans et par un système afin "que l'on puisse rendre compte de tous les types de complexité que l'on pourra considérer " (Le Moigne, 1990)⁴⁸. Le projet de création suit une approche novatrice de l'enseignement de l'entrepreneuriat et permet d'axer le dispositif éducatif sur des dimensions différentes : à savoir le futur, la créativité, l'intuition, la compréhension active, la communication interpersonnelle, et surtout, la définition d'espaces de problèmes et l'identification des problèmes (Schieb-Bienfait, 2000). En considérant le projet de création comme une pratique pédagogique, l'auteur choisi d'apporter son témoignage sur une expérience menée au milieu universitaire, où le projet de création d'entreprise est mobilisé en tant que pratique pédagogique dans les troisièmes cycles de formation initiale à la gestion. L'auteur constate l'importance de l'influence de projet de création sur l'ensemble du déroulement du cursus de formation car, d'une part il modifie les comportements et mode d'apprentissage et, d'autre part, il permet aux étudiants de mieux explorer et comprendre certains problèmes et situation de gestion, et de mieux prendre conscience de leurs qualités

⁴⁷ Fayolle A. et Verzat C, (2009), Pédagogie active et entrepreneuriat : quelle place dans nos enseignements, Revue de l'Entrepreneuriat, 8(2).

⁴⁸ Le Moigne, J.L., 1990, La modélisation des systèmes complexes, Dunod, Paris, page 424.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

entrepreneuriales et de définir la nature de leur motivation pour la fonction d'entrepreneur⁴⁹. Pour développer les compétences et comportements entrepreneuriales chez les étudiants, le projet de création a permis « d'adapter et de faire évoluer les processus et méthodes d'apprentissage en combinant les modes didactique et entrepreneurial »⁵⁰. Introduire l'entrepreneuriat par le biais de projet au sein des établissements universitaire relève d'une démarche innovante. Il permet de relier non seulement la conception et la réalisation, mais aussi d'aborder la complexité de la réalité entrepreneuriale et professionnelle (Bayad et al. 2001). Si en théorie, la pédagogie par projet suppose une variété d'approches actives, il semble que dans le domaine de l'entrepreneuriat, l'approche la plus couramment utilisée relèverait de l'élaboration d'un plan d'affaires.

3.2.2.2. Mise en situation

Lors de la mise en situation, l'apprenant peut appeler les connaissances techniques, théoriques et conceptuelles enseignées pour, à défaut d'assimilation immédiate, être sensibilisé aux aptitudes et compétences à mobiliser pour entreprendre (Saporta et Verstraete, 2000)⁵¹. En effet, les situations que les étudiants sont amenés à gérer, lors de la mise en situation, renvoient à la nécessité de problématisation. « Problématiser c'est donc représenter une situation complexe (Vander Borght, 2006). En considérant l'entrepreneuriat comme une interaction entre l'interne et l'externe, c'est-à-dire comme un processus, la notion de problématisation va jouer un rôle notamment au niveau de la cohérence entre moyen et finalité» (Schmitt et al, 2007). S'inspirant directement de la forme canonique du système général de Le Moigne (1990), Schmitt et Bayad (2006) développent une démarche, nommée Idéo45 qui est un outil d'aide à la problématisation. L'objectif consiste donc à permettre aux entrepreneurs (étudiants) d'apprendre dans l'action et dans la réflexion, de sorte que le projet devienne un outil essentiel de la construction de l'organisation à venir. Les éléments qui composent cette démarche de problématisation du projet entrepreneurial seront présentés ci-dessous :

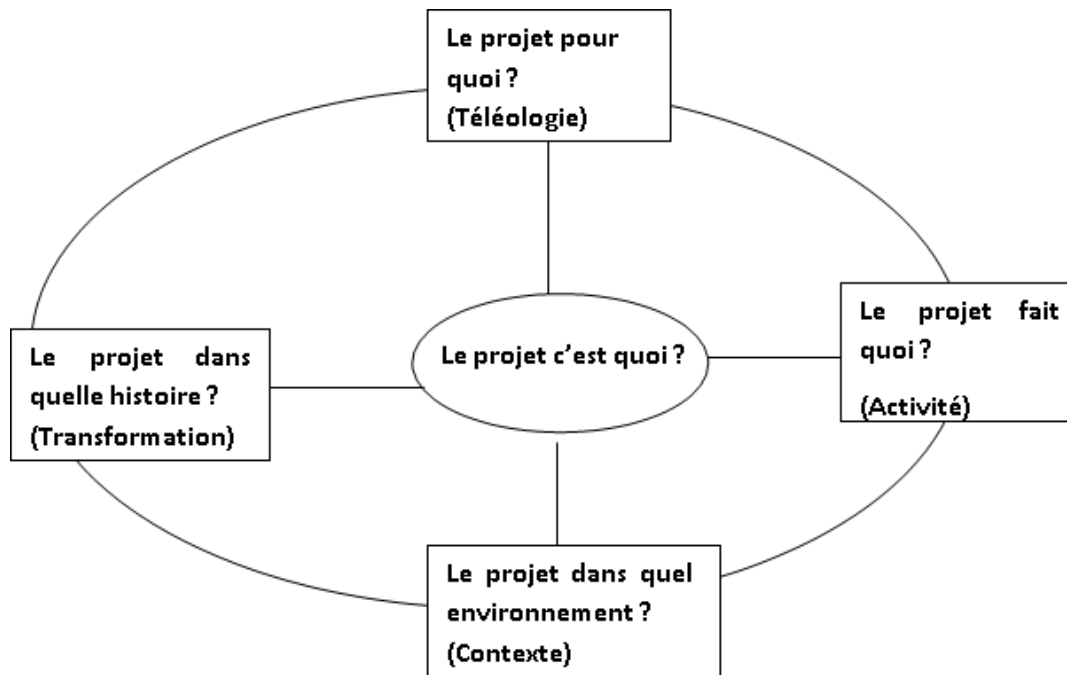
⁴⁹ BRECHET J-P, SCHEIB B, DESREUMAUX A, 2009, les figures de l'entrepreneur dans une théorie de l'action fondée sur le projet, Revue de l'entrepreneuriat, vol 8 n°01, De Boeck Supérieur, p37-53.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ BRECHET J-P, SCHEIB B, DESREUMAUX A, Op.cit.

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

Figure N°04 : La démarche Idéo (Schmitt et Bayad, 2006)



Source : Schmitt, C., Bayad M. (2006), *Le sens giratoire, le chameau et le projet entrepreneurial*, 8ème Colloque CIFEPME, Fribourg, Suisse, octobre.

Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat tel qu'ils devraient influencer l'intention des étudiants sont nombreux et peuvent également avoir un impact éventuellement positif sur l'économie du pays. Nos lectures nous ont également permis de citer certaines des méthodes d'enseignement utilisées dans le milieu universitaire.

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons essayé d'établir une revue de littérature de notre thème d'étude et plus précisément de l'intention entrepreneuriale dans le milieu universitaire, et cela en énumérant les différents modèles conceptuels élaborés par les différents auteurs cités ; ainsi que le programme universitaire tel qu'il est conçu pour imprégner l'esprit entrepreneurial des étudiants et les initier à la création d'entreprise. Ainsi, nous pouvons dire que l'intention entrepreneuriale est elle-même une étape importante du processus de création d'entreprise de par son exclusivité et sa différence entre chaque porteur d'idée. De par ce que nous avons développé, le modèle qui se rapproche de le plus de notre étude est celui de Tounès, car c'est un modèle utilisé pour la première fois sur des étudiants universitaire et pour d'autres raisons que nous développerons dans le chapitre qui suit. Enfin nous avons remarqué

CHAPITRE II : L'INTENTION ENTREPRENEURIALE AU SEIN DES UNIVERSITES

que l'enseignement de l'entrepreneuriat est fait avec des méthodes aussi variées que diverses et qui ont chacune un impact sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, ce pourquoi mener un entretien avec un enseignement universitaire et distribuer un questionnaire aux étudiants seront nos principaux objectifs dans le chapitre suivant.

CHAPITRE III

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Introduction

Après avoir recensé tous les axes de notre thème de recherche tout au long des deux chapitres précédents, nous allons entamer un dernier chapitre qui consistera à effectuer une étude de cas sur l'université Abderrahmane Mira de Bejaia. En effet nous avons abordé dans un premier lieu un chapitre théorique retraçant toutes les notions de bases de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. Dans le second chapitre, nous avons discuté la vision et l'intention entrepreneuriale avec l'illustration des différents modèles théoriques de l'intention entrepreneuriales tels qu'ils ont été développés par leurs précurseurs desquels nous avons choisi un seul modèle de référence pour notre étude de cas à savoir le modèle conceptuel de l'intention entrepreneuriale de Tounès (2003). L'objectif de ce chapitre est de refléter la réalité du rôle de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'intention entrepreneuriale des étudiants en Management de l'université de Bejaia en tenant comme cadre de référence les deux chapitres théoriques

Ce chapitre est composée de (03) sections qui aborderont respectivement la présentation de la structure d'accueil au sein de laquelle nous avons mené notre étude, les fondements méthodologiques sur lesquelles s'est basée notre étude et enfin une analyse et discussion des résultats qui nous permettra de répondre aux hypothèses de départ que l'on a posé au début de ce travail.

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil

Nous allons au cours de cette section, donner une présentation de notre université, au sein de laquelle nous avons mené notre enquête et de la faculté des sciences économiques de gestion et commerciales plus précisément le département des sciences de gestion. Nous allons également présenter la chambre de l'entrepreneuriat qui est une composante de notre organisme d'accueil.

1.1 Présentation de l'université de Bejaia

1.1.1 Présentation :

L'Université de Bejaïa, créée en octobre 1983, est un établissement public pluridisciplinaire. Elle compte aujourd'hui plus de 45 700 étudiants, 1714 enseignants et 1227 personnels techniques et administratifs, répartis sur huit facultés : Technologie - Sciences

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Exactes - Droit et Sciences Juridiques et Administratives - Sciences de Nature et de la Vie - Lettres et Langues - Sciences Humaines et Sociales - Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales - Sciences Médicales.

L'Université de Bejaïa dispose actuellement une trentaine de laboratoires de Recherche, agréés par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique portant sur plusieurs domaines : Modélisation et Optimisation des Systèmes - Technologie des Matériaux et du Génie des Procédés-Matériaux organiques - Génie et de l'environnement – Hydraulique -Technologie Industrielle et de l'Information-Génie Electrique - Biomathématique, Biophysique Biochimie - Mathématiques Appliquées -Physique Théorique - Ecologie et Environnement - Economie et Développement - Microbiologie Appliquée - Biochimie Appliquée - Formation en langues Appliquées et Ingénierie des Langues en milieu Multilingue - Ecosystèmes Marin et l'Aquacole).

Largement ouverte sur son entourage socio-économique, l'Université de Bejaïa n'a cessé d'œuvrer pour encourager le développement durable et être en harmonie avec les défis de la mondialisation. Le rapprochement entre l'université et le secteur économique local et national est désormais une réalité objective, un challenge, une stratégie de l'université de Bejaïa pour la mise en œuvre des projets prometteurs. Ainsi, plusieurs accords-cadres ont été signés avec des entreprises d'envergure nationale. Le Partenariat Université-Entreprise est devenu l'un des thèmes prioritaires dans un contexte économique en pleine mutation. Dans ce cadre, depuis 2007, un forum sur l'Université et le monde productif est organisé chaque fin d'année universitaire. Il constitue un espace d'échanges et de débats sur des thèmes d'actualité scientifique et socio-économique. Dans ce cadre, l'université a mis en place un bureau de liaison université/entreprise (BLEU).

La volonté d'ouverture de l'Université de Bejaia vers le monde s'est traduite aujourd'hui par la signature de plus d'une soixantaine de conventions cadres de coopération avec des établissements universitaires de plusieurs pays (France, Italie, Russie, Espagne, Roumanie, Canada, Ukraine, Tunisie, Maroc, etc...). Ces accords ont été conçus pour faciliter les échanges scientifiques, la mobilité des enseignants chercheurs, étudiants et du personnel universitaire. L'université vise à construire des passerelles d'échanges d'expériences et de compétences mais aussi l'amélioration des méthodes pédagogiques, booster la recherche scientifique et d'ériger un réseau de coopération solide et pérenne.

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

1.1.2 Organisation de l'université

L'université de Béjaia est composée d'un rectorat, d'organes décisionnels et pédagogiques, de facultés et départements. Elle comporte des services administratifs et techniques communs.

Le rectorat placé sous l'autorité du recteur de l'université comprend :

- Des vice-rectorats placés sous la responsabilité de vice-recteurs ;
- Un secrétariat général de l'université chargé du fonctionnement et de la gestion administrative et financière des structures placées sous son autorité ;
- une bibliothèque centrale de l'université placée sous la responsabilité d'un directeur chargé du fonctionnement et de la gestion des structures.

Les organes décisionnels :

- Le conseil d'administration étudie et propose toute mesure susceptible d'améliorer le fonctionnement de l'université et de favoriser la réalisation de ses objectifs ;
- Le conseil scientifique propose les orientations des politiques de recherche et de documentation scientifique et technique de l'université et donne son avis sur toute autre question d'ordre pédagogique et scientifique qui lui est soumise par son président.

Les organes pédagogiques :

- Conseil de discipline ;
- Equipe de formation ;
- Comité pédagogique par matière ;
- Equipe pédagogique.

1.1.3 Les campus de l'université

L'université de Béjaia dispose de deux campus dont :

Le campus de Targa Ouzemmour qui comprend les facultés suivantes :

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

- Faculté de Technologie ;
- Faculté des Sciences Exactes ;
- Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie.

Le campus d'Aboudaou comprend les facultés suivantes :

- Faculté de Droit et des Sciences Politiques ;
- Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales ;
- Faculté des Lettres et des Langues ;
- Faculté des Sciences Humaines ;
- Faculté de Médecine.

1.1.4 L'Université en chiffres

- 44 139 étudiants inscrits en Licence + Master
- 1642 étudiants inscrits en magister + Doctorat
- 1 714 enseignants permanents
- 1227 Agents et Technicien de Service
- 04 Campus universitaires d'une capacité globale de **52 100** places pédagogiques
 - Campus Targa Ouzemour **13 000** places pédagogiques
 - Campus Aboudaou **29 000** places pédagogiques
 - Campus Amizour **4 100** places pédagogiques
 - Campus El Kseur (eu voie d'achèvement) **6 000** places pédagogiques

Un pôle de recherche important

L'université de Béjaia donne une grande importance à la recherche scientifique pour pouvoir participer dans le développement économique régional et national. L'université regroupe

- 33 laboratoires de recherche agréés ;
- Un centre national de recherche en agroalimentaire ;
- Un centre de recherche en langue et culture amazighes ;

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

- Un centre d'innovation et de transfert de technologies ;
- Un plateau technique d'analyses physico-chimiques ;
- 160 projets de recherche CNEPRU ;
- 05 projets de recherche PRT.

Une offre de formation attractive

- 8 facultés réparties en 33 départements pédagogiques ;
- 16 spécialités en licences ;
- 74 spécialités en Masters ;
- 25 spécialités en doctorat.

Des échanges internationaux importants

L'ambition de l'université de Béjaia s'inscrit dans les objectifs suivants :

- ✓ Accroître la mobilité des étudiants et améliorer l'accueil des étudiants étrangers.
- ✓ Participer activement aux programmes internationaux de recherche et de mobilité internationale.
- 143 étudiants étrangers ;
- 09 Projets Européens (programmes Erasmus Mundus et Erasmus+) ;
- 22 nationalités représentées ;
- 90 Accords de partenariats internationaux ;
- 75 Universités partenaires.

1.2 Présentation de la faculté des Sciences Economiques de Gestion et Commerciales

1.2.1 Présentation

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

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

1.2.2 Organisation de la faculté

Assurant des enseignements en graduation et en post-graduation, les structures administratives et pédagogiques de la faculté sont organisées de la manière suivante :

Le Doyen de la faculté est assisté dans ses tâches par :

- Le Vice doyen chargé des études et des questions liées aux étudiants ;
- Le Vice doyen chargé de la post graduation, de la recherche scientifique et des relations extérieures ;
- Le Secrétaire général ;
- Les Chefs des départements ;
- Le Responsable du domaine ;
- Les Responsable de filières ;
- Les Responsable de spécialités ;
- Le Responsable de la bibliothèque de la faculté.

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

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

1.2.3 La faculté en chiffres

Le tableau suivant nous renseigne sur l'effectif de la faculté SEGC :

Tableau N°05 : effectif de la faculté SEGC

Nombre d'étudiants	Nombre d'enseignants permanents	Nombre ATS
7434	255	77

Source : le site officiel de l'université de Bejaia.

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

1.2.4 Les départements de la faculté

La faculté est composée de quatre principaux départements :

- le département des Sciences de Gestion ;
- le département des Sciences Economiques ;
- le département des Sciences Commerciales ;
- le département de la formation initiale SEGC-LMD.

Le département des Sciences de Gestion est celui qui nous intéresse dans notre étude car notre enquête a été menée auprès d'étudiants affiliés à ce département. Ce dernier est composé à son tour de 2 spécialités qui sont respectivement :

- Management : qui comprend 3 options : Management, Entrepreneuriat et Gestion des Ressources Humaines ;
- Finance et Comptabilité qui comprend 3 options aussi : Comptabilité Contrôle et Audit, Contrôle et Audit et Finance.

Le département en chiffre est présenté comme tel :

Tableau N°06 : l'effectif du département des Sciences de gestion

	Les chiffres
Effectif étudiants 2189	-En premier cycle (Licence) : 2189 -en deuxième cycle (master) : 795
Effectif enseignants 86	-permanents : 54 -vacataires : 32

Source : le site officiel de l'université de Bejaia

Chef de département : **Mr. AMIMER Amar**

Chef de département adjoint chargé des études : **IDIRI Yanis**

Chef de département adjoint chargé de la post graduation : **HAMMICHE Azzedine**

1.3. Présentation de la maison de l'entrepreneuriat

En collaboration avec l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes (ANSEJ), l'Université de Bejaïa a créé une Maison de l'Entrepreneuriat lors d'une réunion de

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

coordination qui s'est tenue au siège du rectorat au campus Targa Ouzemour le 26 octobre 2014 en présence du Recteur de l'Université de Béjaïa, Pr SAIDANI Boualem, et du Directeur de l'ANSEJ de Béjaïa, Mr HAMMAL Adel.

Après discussion sur les objectifs, le rôle, les missions et les activités de cette nouvelle structure, les deux parties partenaires ont signé une convention de coopération en vue d'initier la communauté étudiante aux réalités de la création d'entreprises et lui permettre de développer son potentiel entrepreneurial, tout en favorisant l'émergence de nouvelles approches pouvant donner naissance à des activités économiques innovantes.

Dans ce cadre, les deux parties s'engagent à :

- Mettre en œuvre tous les moyens nécessaires selon la réglementation en vigueur dans chaque partie ;
- Créer un cadre de confiance et un partenariat privilégié susceptible de promouvoir l'entrepreneuriat au sein de l'université ;
- Entreprendre toute démarche tendant à enrichir les expériences dans ce domaine. La mise en œuvre de la présente convention commande, dans le cadre d'une relation permanente et soutenue de concertation entre l'ANSEJ et l'université de Bejaïa ;
- L'organisation de journées d'information, de sensibilisation et d'initiation à l'entrepreneuriat au profit des étudiants. Ces actions contribuent à susciter l'éveil entrepreneurial des étudiants ;
- Elaboration et la mise en œuvre de programmes de formation à la création et à la gestion d'entreprises en direction des étudiants. Cet enseignement consiste dans un premier temps, en l'organisation de cycles courts d'une à deux semaines sous forme des sessions d'initiation visant à informer les étudiants sur le dispositif de l'ANSEJ et l'environnement de la création d'entreprise tout en leur donnant le goût d'entreprendre.

Les deux parties ont par la suite procédé à l'installation du Docteur Moussa BOUKRIF, Maître de Conférences à la Faculté des Sciences Commerciales, de Gestion et des Sciences Economiques au poste du Directeur de cette maison de l'Entrepreneuriat. Il sera assisté par deux animateurs : Mr TAHAR Chaouche Nabi (ANSEJ - Bejaïa) et de Mlle FENNICHE Fatma (Université de Bejaïa).

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Après la présentation de la structure d'accueil au sein de laquelle nous avons mené notre enquête nous allons passer dans la section qui suit à la description de la méthodologie de recherche employée.

Section 02 : La présentation de la méthodologie de l'étude

Nous allons en premier lieu faire une présentation générale de l'étude, en deuxième lieu expliquer la technique de recherche.

2.1 Présentation générale et objectifs de l'étude

A travers ce projet de recherche, nous avons tenté de répondre à notre question initiale sur le rôle de l'université de Bejaia dans la promotion de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. En effet ce thème de recherche a beaucoup suscité notre intérêt pour plusieurs raisons mais principalement car nous sommes deux étudiantes en fin de cycle, avec beaucoup d'ambition professionnelle caractérisée par des idées de projets entrepreneuriaux notamment car l'entrepreneuriat est en évolution croissante dans le monde. Ce qui nous a amené à nous préoccuper du le devenir de tout étudiant portant un diplôme similaire au notre à savoir un diplôme en Sciences de Gestion option Management en une question nous dirions « Quel est le rôle de notre université dans notre intégration au monde professionnel ? L'Université promeut-t-elle l'intention entrepreneuriale ?

Notre objectif derrière ce travail de recherche est le suivant :

- Savoir si oui ou non l'université contribue à promouvoir l'intention entrepreneuriale chez les jeunes étudiants ;
- Connaitre les différentes méthodes et programmes dispensés par l'Université ;
- Analyser et mesurer l'ambition des étudiants pour les projets entrepreneuriaux ;
- Faire le lien de corrélation entre l'environnement entrepreneurial de l'université et celui du pays ;
- Savoir si les étudiants en Management sont plus ouverts à l'entrepreneuriat que les autres étudiants de d'autres spécialités

L'enquête s'est déroulée au sein de l'université de Bejaia au début et a pris suite en ligne de la période de Juin 2021 à Août 2021. Les difficultés rencontrées durant notre travail

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

sont liés principalement à la pandémie mondiale de la Covid 19 qui nous a contraintes à mener notre enquête entièrement en ligne et à ne pouvoir atteindre qu'une minorité de la population ciblée.

2.2 Technique de la recherche

D'une manière générale, notre étude s'est déroulée en trois (03) phases : la revue documentaire, la phase exploratoire et la phase d'enquête fine.

La revue documentaire nous a permis de recenser et consulter les écrits sur l'entrepreneuriat de façon générale, sur l'intention entrepreneuriale et spécifiquement sur les objectifs et les méthodes pédagogiques d'enseignement supérieur qui sont employés pour favoriser un environnement entrepreneurial. Elle est restée transversale à toutes les autres étapes de l'étude. La phase exploratoire nous a permis de récolter des informations sur le terrain de façon verbale afin de dessiner un acheminement juste pour notre enquête et connaître les points essentiels à cibler. L'enquête fine a consisté en la collecte des données auprès des étudiants de l'Université de Bejaia ciblés, à travers une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'étudiants et un entretien individuel ouvert avec un enseignant et un membre actif de la maison de l'entrepreneuriat de l'université.

De manière spécifique, notre méthodologie est fonction de chacune de nos hypothèses. Pour la première libellée comme suit : «H1 : la formation universitaire joue un rôle très important et considérable dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants », nous avons procédé à une étude quantitative (qui est une technique de collecte de données qui permet au chercheur d'analyser des comportements, des opinions, ou même des attentes en quantité. L'objectif est souvent d'en déduire des conclusions mesurables statistiquement, contrairement à une étude qualitative. Cette technique d'étude utilise le questionnaire ou le sondage auprès d'un panel pour récolter des données à analyse) basée sur le modèle conceptuel de l'intention entrepreneuriale de Tounès (2003) en se référant à la théorie du Comportement Planifié d'Ajzen(1991). Nous avons à cet effet effectué une enquête auprès d'un échantillon de 49 étudiants pour apprécier leurs croyances vis-à-vis de l'entrepreneuriat à travers les trois variables de ladite théorie. Il s'agit dans le cas de l'entrepreneuriat des attitudes associées au comportement, des normes subjectives, et des perceptions du contrôle comportemental.

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

En ce qui concerne la deuxième hypothèse formulée comme suit : « H2 : la formation universitaire joue un rôle négligeable voire inexistant dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants », nous avons procédé par une étude qualitative (qui est le plus souvent effectuée par des entretiens en groupe ou individuel ou par observations en situations menées auprès d'échantillons réduits. Elle vise généralement à comprendre en profondeur des attitudes ou comportements. Elle peut également être menée en laboratoire). La recherche documentaire nous a permis d'identifier les bonnes méthodes à employer et notre entretien nous a servi à répondre à une partie des objectifs de cette étude de cas Le guide d'entretien a pris en compte essentiellement deux axes à savoir de faire l'état des lieux sur les méthodes pédagogiques mises à disposition des étudiants ainsi que les programmes et activités dispensées par la maison de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia.

2.2.1 Choix des variables et terrain de recherche

Dans cette partie, nous allons justifier le choix de chacune des deux méthodes qualitatives et quantitatives et expliquer également le choix de l'échantillon et exposer la structure du guide d'entretien et du questionnaire

2.2.1.1 L'étude quantitative

A. choix des variables :

Dans une méthodologie quantitative, le questionnaire a été élaboré en suivant le modèle conceptuel de l'intention entrepreneurial de Tounès (2003) que nous avons décidé de choisir comme cadre de référence pour notre étude de cas.

Ce modèle reprend les liens qui se sont tissés entre la théorie du comportement planifié d'Ajzen(1991) qui est l'un des précurseurs dans l'analyse de l'intention entrepreneuriale, et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Selon Krueger et al. (2000), les modèles mobilisant la théorie du comportement planifié sont utilisés avec succès dans l'étude de l'intention comportementale. Ce modèle permet l'application d'une théorie de la psychologie sociale au champ de l'entrepreneuriat : la prédiction de l'acte d'entreprendre qui s'exprime dans le contexte d'étudiants suivant des formations ou programmes en entrepreneuriat ou en création d'entreprise (Tounès, 2003). L'étude menée par Tounès concerne une population d'étudiants qui sont à quelques mois d'intégrer le monde du travail et qui exprimeraient une variété d'intentions de carrière. Ces individus sont en devenir au sein

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

du processus entrepreneurial ce qui laisse supposer que leurs attitudes, leurs normes subjectives et leurs perceptions peuvent se développer et renforcer leur intention entrepreneuriale,

La conception d'un modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale permettant de comprendre l'influence de programmes ou de formations en entrepreneuriat, au même titre que des variables situationnelles et personnelles, sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, et ce, dans une approche hypothéticodéductive.

B. Choix du terrain de recherche :

L'objectif de notre recherche est d'appliquer ce modèle dans une population de jeunes étudiants en fin de cycles Licence (L3) et Master (M2).

Plusieurs recherches sur l'intention entrepreneuriale se sont intéressées à des étudiants en gestion (Kolvereid, 1996 ; Krueger, Reilly et Carsud, 2000 ; Tounès, 2003, Boissin et al, 2006). Nous avons limité l'échantillon au département des Sciences de gestion de l'Université Bejaia (Algérie) car :

- Les étudiants de cette faculté ont plus de chance de pouvoir créer des entreprises dans le futur en raison de leurs interactions avec le monde professionnel¹³ ;
- Ils ont eu une formation de base sur le management et la comptabilité, ce qui facilitera au plan technique la création d'entreprises ;
- Ils auront plus de chance de faire des stages (dans le cadre de leurs études) dans des entreprises ce qui facilitera l'adaptation de leur propre projet à la réalité du terrain.

Le choix d'étudiants en fin de cursus (L3 et M2) s'explique par le fait que ces derniers sont dans un contexte qui laisse supposer que leurs attitudes, leurs normes subjectives et leurs perceptions peuvent se développer et renforcer l'intention entrepreneuriale. Aussi, ces étudiants devraient avoir une meilleure visibilité par rapport à leur future carrière professionnelle.

Le choix de la population ciblée a été fait en fonction des étudiants disponibles pour remplir le questionnaire qui a été partagé en ligne en raison du confinement dû à la crise sanitaire.

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

C. Structure du questionnaire :

Le questionnaire est divisé en (03) axes et comprend (19) questions, ces axes représentent des variables théoriques selon le modèle de Tounès qui elles même sont divisées en sous variables :

Axe 1 : Attitudes associées au comportement

- Existence d'une idée ou d'un projet plus ou moins formalisé.
- Recherche d'informations.

Axe 2 : Normes subjectives

- Les motivations de concrétisation (besoin d'accomplissement ; propension à la prise de risque ; recherche d'autonomie)
- La connaissance de modèle d'entrepreneur
- L'environnement familial ainsi que la culture du pays

Axe 3 : Perception du contrôle comportemental

- L'implication de la formation universitaire
- Stage ou expérience dans le domaine de l'entrepreneuriat

2.2.1.2 la méthode qualitative

A. élaboration et structure du guide d'entretien :

Le guide d'entretien a été élaboré en faisant références au deuxième chapitre de la partie bibliographique de notre projet dans lequel nous avons présenté les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités et quelques-unes des méthodes qui sont employées au sein de ces milieux pédagogiques.

Le guide d'entretien est décomposé en (03) axes comme suit :

- Le premier axe : renvoie sur les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat qui comprend (03) questions qui ont été élaborées suivant les objectifs de programmes tel qu'ils ont été définis par Béchard (1998).
- Le deuxième axe : aborde méthodes d'enseignement de l'entrepreneuriat utilisées au sein de l'université de Bejaia, qui comprend (04) questions construite selon deux types

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

de méthodes pédagogiques adaptés par Schield-Bienfait (2000) qui a mis en œuvre une pédagogie « tête bien pleine » et une pédagogie active.

- Le troisième axe : sur le rôle de la chambre de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia, il a pour but de nous aider à connaître le nombre d'évènements entrepreneuriaux organisés par cette structure et qui sont destinées principalement aux étudiants de l'université de Bejaia. Si cette structure contribue à la promotion de l'entrepreneuriat des étudiants, par conséquent l'université de Bejaia aussi.

B. objectif du guide d'entretien :

L'importance de ce guide d'entretien dans notre travail est de déterminer :

- Si le programme pédagogique adopté par les enseignants du département des sciences de gestion pousse les étudiants à entreprendre
- Si les enseignants ont réussi à contribuer à inculquer une intention entrepreneuriale grâce à une méthode ou un programme particulier lors de l'animation de cours
- Si la maison de l'entrepreneuriat joue un rôle considérable ou minime dans la promotion de l'entrepreneuriat
- la maison de l'entrepreneuriat est une structure de l'université ce qui fait qu'elle reflète le degré d'implication de l'université dans la promotion de l'entrepreneuriat.

C. Le choix de l'entretenu :

Le guide d'entretien comprends des questions d'ordre pédagogique, ce pourquoi nous avons choisi de l'adresser à un enseignant de l'université de Bejaia, et qui fait partie du département des Sciences de gestion car notre enquête par questionnaire étudie la population des étudiants en Sciences de gestion spécialité Management. Nous avons alors choisi d'adresser les questions de l'entretien à une enseignante qui a le grade de doctorante eu sein du département des Sciences de gestion MCB KHERBACHI Sonia, et qui est également membre actif de la maison de l'entrepreneuriat à laquelle nous accordons une grande importance pour notre étude de cas étant donné que c'est une structure universitaire qui représente parfaitement l'implication des enseignements et éventuellement de l'université de Bejaia dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants.

L'entretien s'est effectué en ligne en raison du confinement suite à la crise sanitaire actuelle en Algérie et a duré environ une heure.

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Nous allons dans la section suivante vérifier les résultats de notre étude de cas.

Section 03 : présentation et analyse des résultats de l'étude

Au cours de la dernière section de ce chapitre, nous allons exposer les résultats obtenus après l'entretien et l'enquête par questionnaire, pour ensuite les interpréter et faire une déduction sur cette étude....

3.1. Présentation, analyse et interprétation des résultats de l'entretien avec l'enseignante du département des Sciences de gestion de l'université de Bejaia

Cet élément a pour objectif de présenter et d'analyser en premier lieu les résultats de notre étude qualitative basée sur un seul guide d'entretien. Nous tenons à préciser que nous avons revu nos objectifs à la baisse par rapport à l'approche qualitative. En effet, nous avons prévu d'étendre les sujets intervenants vers plusieurs enseignants intervenants en coaching et qui sont liés à la maison de l'entrepreneuriat de l'université, ainsi que des entretiens avec des étudiants figurants comme des succes story dans le domaine de l'entrepreneuriat, ce qui n'a malheureusement pas été fait en raison de la dégradation de la situation sanitaire liée à la Covid 19.

3.1.1. Présentation des résultats de l'entretien

Les résultats de l'entretien effectué avec l'enseignante du département des Sciences de gestion de l'université de Bejaia sont présentés sous forme de questions et réponses dans le tableau ci-dessous :

Tableau N°07 : Le guide d'entretien avec les réponses

Les questions	Les réponses
1^{er} axe : les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat	
Q1 : Enseignez-vous ou avez-vous déjà enseigné un ou des modules liés à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise au sein de l'université de Bejaia ?	« <i>Oui. Plusieurs modules liés à l'entrepreneuriat. »</i>
Q2 : Béchard (1998) a distingué deux types d'objectifs de l'enseignement de	« <i>Sur le court terme, il convient de sensibiliser les étudiants aux impératifs de</i>

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

<p>l'entrepreneuriat qui sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibilisation à l'entrepreneuriat qui a pour but d'informer sur le domaine et sur la carrière future ➤ la création d'entreprise qui a pour but de former les étudiants et de développer leurs compétences techniques et managériales <p>Selon vous, quelle est l'importance sur le court et le moyen terme d'enseigner l'entrepreneuriat aux étudiants ?</p>	<p><i>l'entrepreneuriat et de leur inculquer le savoir-faire adéquat pour la création de leur nouvelle entreprise.</i></p> <p><i>Sur le long terme, Bejaia connaîtra un accroissement d'entreprises avec des entrepreneurs responsables et plus consciencieux quant à la gestion et développement de leurs entreprises. »</i></p>
<p>Q3 : Beaucoup de professeurs ont répondu à la question de Vesper (2000) concernant l'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat par « le but n'est pas de fabriquer des entrepreneurs mais d'augmenter le taux de pérennité des jeunes entreprises, autrement dit, des jeunes capables de générer des idées et des initiatives entrepreneuriales surtout que le marché est saturé par les managers » adhérez-vous cette opinion ? Pourquoi ?</p>	<p><i>« Oui complètement d'accord pour deux raisons essentielles. La première est que l'enseignement de l'entrepreneuriat notamment dans ses multiples variations (économique, social et circulaire) permet de découvrir et de développer chez les étudiants des initiatives et idées nouvelles afin de résoudre les problématiques de la société immédiate de l'université. La deuxième raison est que cet enseignement permet de stimuler et propulser des inventions en innovations ou en potentialités de brevetage. »</i></p>
<p>Q4 : Pense- vous que l'enseignement de l'entrepreneuriat seul est suffisant pour développer un environnement entrepreneurial et stimuler chez l'étudiant un esprit entrepreneurial ? Pourquoi ?</p>	<p><i>« Non, vraiment insuffisant. L'entrepreneuriat devrait être mis en apprentissage avec des actions concrètes mise en situation. À partir de ces actions, il serait plus tactile de comprendre les actions entrepreneuriales et les esprits de leadership des étudiants porteurs de projets. »</i></p>

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

2^{ème} axe : les méthodes d'enseignement de l'entrepreneuriat utilisées au sein de l'université de Bejaia	
<p>Q1 : pouvez-vous nous citer quelques méthodes pédagogiques d'enseignement qui sont utilisées ces dernières années à l'université de Bejaia pour former les étudiants à l'entrepreneuriat ?</p>	<p><i>« En plus d'avoir deux formations diplômantes L3 Entrepreneuriat et M2 Entrepreneuriat, tous les autres canevas de formation de spécialités confondues à l'université prévoient un module en entrepreneuriat comme unité de découverte/méthodologie. En outre, des formations en mode ateliers/actions sont menées (de façon ponctuelle) par certains enseignants engagés dans le cadre de la maison de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia. On cite les ateliers de formation accélérés en entrepreneuriat de mars 2021 au profit de doctorants de spécialités diverses dans le cadre du projet européen Instart, des ateliers et formation-actions engagés avec l'association féminine en entrepreneuriat vert (AFEV) en novembre 2021 au profit d'étudiants porteurs de projets, des ateliers de formation et coaching au profit d'étudiants de la faculté de technologie lors de la conception d'un module en économie sociale et solidaire dans le cadre d'un projet européen SAFIR en Mai et Juin 2021. »</i></p>
<p>Q2 : Dans quel cas et avec quel type d'étudiants peut-on employer chacune de ces deux méthodes ?</p> <p>➤ Une pédagogie « tête bien pleine » qui se caractérise par la transmission</p>	<p><i>« La réponse à cette question est directement déductible de la réponse à la première. Pédagogie tête bien pleine lorsqu'il s'agit de former des étudiants de la spécialité (formation diplômante). pédagogie active</i></p>

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

<p>de l'information ou l'apprenant est spectateur (observation réflexive).</p> <p>➤ Une pédagogie « active » qui consiste à organiser des situations d'apprentissage ou l'apprenant est acteur (enseignement-apprentissage) caractérisée par l'innovation du contexte d'apprentissage.</p>	<p><i>lorsqu'il s'agit de formation qualifiante (ateliers de formation, coaching et accompagnement). »</i></p>
<p>Q3 : pourriez-vous nous indiquer une méthode que vous avez utilisée durant vos cours et qui a influencé partiellement ou beaucoup l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia ?</p>	<p><i>« Pédagogie active lors de séances de coaching et d'accompagnement de porteurs de projets dans le cadre du pilotage de projets internationaux de l'université de Bejaia. Il y a eu également la création de plusieurs entreprises comme livrables. »</i></p>
<p>Q4 : pensez-vous que la filière des sciences de gestion avec ses deux branches Management et Entrepreneuriat sont les plus assujettis à créer des futurs entrepreneurs ? Pourquoi ?</p>	<p><i>« Pas du tout. Dans toute initiative entrepreneuriale, il est observé que le degré de technicité du projet émane d'étudiants d'autres facultés. »</i></p>
<p>3^{ème} axe : le rôle de la chambre de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia :</p>	
<p>Q1 : avez –vous déjà organisé/participé à un ou plusieurs événements organisés par la chambre de l'entrepreneuriat ? Pouvez-vous nous en décrire un ?</p>	<p><i>« Oui plusieurs fois. Un évènement récent est celui de mars 2021 (voir Q1 Axe 2) où des sept facultés de l'université de Bejaia, il y a eu la sélection de trois doctorants de deuxième année pour bénéficier d'une formation action dans le cadre de l'entrepreneuriat, l'innovation et le transfert technologique. À l'issue des trois jours de formation, il y a eu la sélection d'un projet parmi les groupes formés. »</i></p>
<p>Q2 : Quel est l'impact de cette structure sur l'intention entrepreneuriale des étudiants et</p>	<p><i>« Pas réellement d'impact alors que la maison de l'entrepreneuriat existe depuis</i></p>

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

sur l'université de Bejaia globalement ?	<i>2012. Effectivement, l'absence de feuille de route dédiée à la diffusion d'une culture entrepreneuriale relève de deux points essentiels : les ressources humaines mobilisée et le profil des formateurs »</i>
Q3 : quels sont les moyens que l'université peut mettre en œuvre afin d'inculquer une culture entrepreneuriale et d'encourager d'avantage les étudiants à l'entrepreneuriat ?	<i>« L'université de Bejaia avec sa structure nouvellement acquise en Janvier 2021 qui est l'Incubateur universitaire sera dédié d'un budget et équipements de structure à l'intérieur de la structure de l'université »</i>

Source : élaboré par nous-même

3.1.2. Analyse et discussion des résultats

Nous allons procéder à l'analyse des résultats selon les axes. Nous tenons à préciser que notre analyse se fera en essayant de faire des aller retours entre le cadre théorique que nous avons développé au cours des deux chapitres précédant et la perception de l'enseignante.

L'axe 01 :

- D'après la deuxième réponse, nous pouvons dire que les deux objectifs tel établis par Béchard (1998) se rapprochent de ceux déclarés par l'enseignante, dans le sens ou cette dernière les adhéré en fonction du temps (sur le court et le long terme). Sans oublier que l'optimisme quant à l'entrepreneuriat dans la ville de Bejaia y est ;
- La troisième question expose l'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat selon Vesper(2000), qui est un objectif axé sur le long terme, et que l'enseignante a totalement adhéré, et ce en raison de son efficacité sur car cet enseignement consiste à propulser des inventions en innovations qui vont résoudre des problèmes de la société ;
- De la dernière réponse de l'axe 01, nous constatons que du point de vue d'une enseignante active au sein de l'université, l'enseignement de l'entrepreneuriat seul est insuffisant et il est nécessaire de l'accompagner avec des actions concrètes et des mises en situation qui vont rapprocher les étudiants de l'entrepreneuriat et qui aideront

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

les enseignants à cerner les étudiants vis-à-vis de ce champ et travailler dans cet axe la pour mieux stimuler l'esprit entrepreneurial chez les étudiants.

L'axe02 :

- De la première réponse, nous constatons qu'il existe deux types de méthodes utilisées au sein de l'université de Bejaia dans le but d'enseigner l'entrepreneuriat. En effet, la première concerne la formation. L'enseignante a déclaré « *qu'en plus d'avoir deux formations diplômantes L3 Entrepreneuriat et M2 Entrepreneuriat, tous les autres canevas de formation de spécialités confondues à l'université prévoient un module en entrepreneuriat comme unité de découverte/méthodologie* » ce qui veut dire que même les spécialités autre que celle de l'entrepreneuriat dispensent des cours d'entrepreneuriat, ce qui veut dire que le programme pédagogique contribue à apprendre et à faire connaître l'entrepreneuriat par tous les étudiants de ce département ce qui est un rôle non négligeable.

La deuxième méthode est axée sur le côté pratique c'est à dire ; l'université met en place des formations en mode ateliers/actions qui sont menées (de façon ponctuelle) par certains enseignants engagés dans le cadre de la maison de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia. On remarque que des actions sous forme d'atelier sont multiples, et abordent des thèmes d'actualité, et surtout sont destinées à un public varié de la communauté universitaire. Ces ateliers témoignent des efforts des enseignants et de l'université de Bejaia fait pour favoriser un environnement entrepreneurial au sein de l'université de Bejaia ;

- Dans la deuxième réponse de cet axe, nous constatons que les deux méthodes sont employées dans deux situations différentes, c'est-à-dire que la méthode tête pleine est employée dans le cadre des formations diplômantes (enseignement des modules d'entrepreneuriat) et dans le cadre des formations qualifiante (ateliers, mises en situation et coaching tels qu'ils sont illustrés en exemples dans la première question de cet axe). Les deux méthodes sont donc utilisées au sein de l'université de Bejaia ;
- La troisième réponse témoigne de l'efficacité des méthodes utilisées ai sein de l'université de Bejaia. En effet la méthode « tête active » empruntée par l'enseignante a bel et bien apporté ses fruits et a vu des étudiants créer leurs entreprises. Nous citons à titre d'exemple le projet Injaz el djazair dont nous même étions participantes a vu un

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

étudiant en Master 2 Management créer son entreprise grâce à sa participation à ce programme national ;

- De cette quatrième question, on peut déduire que les futurs entrepreneurs peuvent être issus de d'autres branches que celle des sciences de gestion, et que les formations Entrepreneuriat et Management ne sont pas les seules à avoir le potentiel de former les étudiants à l'entrepreneuriat, notamment car il y a des connaissances et des bases techniques que seuls des étudiants de d'autres branches maîtrisent.

L'axe03 :

- Cette première réponse est une illustration des types d'événements organisés par la maison de l'entrepreneuriat de l'université de Béjaia. Ainsi, nous constatons que la maison de l'entrepreneuriat organise des activités destinées à toutes les facultés de l'université, et à toutes les catégories d'étudiants (Licence, Master, Doctorat). Cette réponse nous permet de dire que cette structure de l'université contribue énormément à la mise en place d'une culture entrepreneuriale au sein de l'université de Béjaia ; autrement dit un environnement favorable à la naissance d'idées innovantes et d'inventions par les étudiants grâce aux dispositifs mis en place ;
- L'impact de la maison de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants est jugé minime par l'enseignante, et ce par rapport à la longévité de sa création (2012). Autrement dit, un manque d'effectif et de feuille de route seraient le résultat de cet impact insuffisant ;
- La dernière réponse à cet entretien nous laisse optimistes quant à l'avenir de la culture entrepreneuriale au sein de l'université. En effet, l'université a mis en place un incubateur qui va se charger de financier et fournir ce qu'il faut pour animer l'université en évènements entrepreneuriaux et influencer ainsi de façon direct la culture et l'intention entrepreneuriale des étudiants.

3.1.3. Synthèse des résultats de l'entretien

De l'ensemble des informations recueillis durant cet entretien, et après une analyse détaillée des questions, nous pouvons conclure que :

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

- L'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein de l'université de Béjaia est de former des étudiants à ce champ disciplinaire mais aussi de les aider à propulser des idées innovantes et innovations qui répondent aux problèmes de la société ;
- Les méthodes d'enseignements ne sont pas variées pendant les cours dispensés aux étudiants. Par contre, des méthodes plus concrètes et contextualisées sont empruntés dans le cadre des événements organisés par la maison de l'entrepreneuriat ;
- L'université de Bejaia contribue peu à l'innovation dans les méthodes pédagogiques utilisées dans les bancs d'enseignements de l'entrepreneuriat ;
- L'université de Bejaia de par ses activités hors enseignement a réussi à pousser les étudiants à trouver des idées innovantes et à créer leurs propres entreprises. Cependant, dans le cadre des cours pédagogique, nous n'avons pas vu d'étudiants incité à entreprendre.
- Une formation en entrepreneuriat ne crée pas automatiquement des futurs entrepreneurs, car il faut faire des coachings et des ateliers pour influencer l'intention entrepreneuriale des étudiants chose qui n'est pas faite pendant les cours dispensés. ;
- La maison de l'entrepreneuriat de l'université e Bejaia joue un rôle considérable dans l'animation de l'université à travers des événements et activités consacrés à l'entrepreneuriat mais l'impact reste minime comparé à la taille de la population universitaire ;
- La maison de l'entrepreneuriat à elle seule ne suffit pas à elle seule pour accroître l'esprit d'entreprendre des étudiants au sein de l'université, ce pourquoi un incubateur doté d'un budget ont été mis en place pour accompagner les étudiants à la création d'entreprise.

3.2. Présentation, analyse et interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire

Cet élément a pour objectif de présenter les résultats de notre enquête par questionnaire basée sur une méthode quantitative, qui consiste à distribuer le questionnaire aux étudiants inscrits en fin de cycle Management (Licence et Master), pour ensuite interpréter et enfin apporter une synthèse générale à l'ensemble des résultats.

3.2.1. Présentation des résultats du questionnaire

Les résultats obtenus durant l'enquête par questionnaire se présentent comme suit :

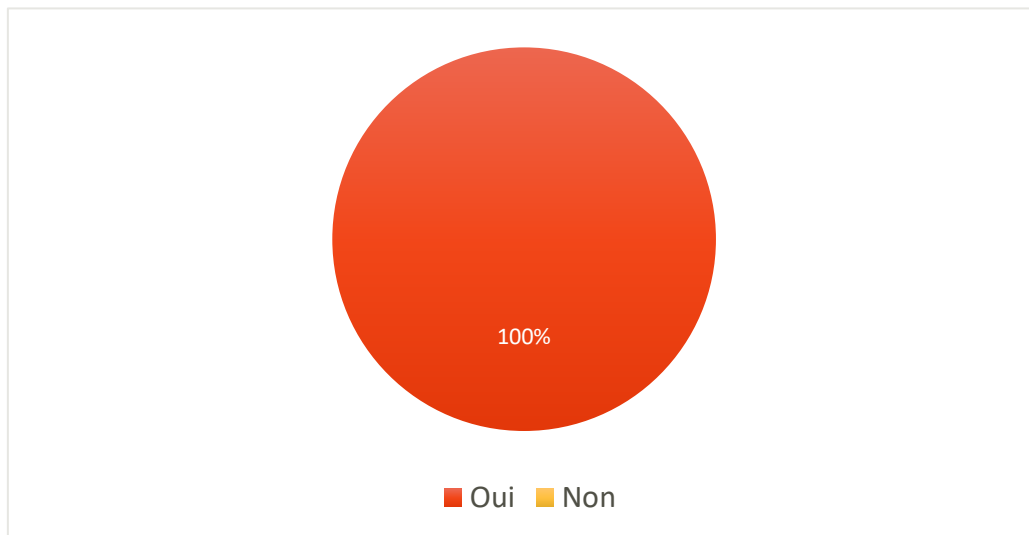
CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

AXE 1 : Attitude associé au comportement

Connaître les attitudes d'un individu envers une personne ou un objet permet de prédire son comportement. Les attitudes associées au comportement se manifestent par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaires et la recherche d'informations en vue de mieux les structurer :

A. Avoir une idée de projet :

Figure N°06 : une idée de projet



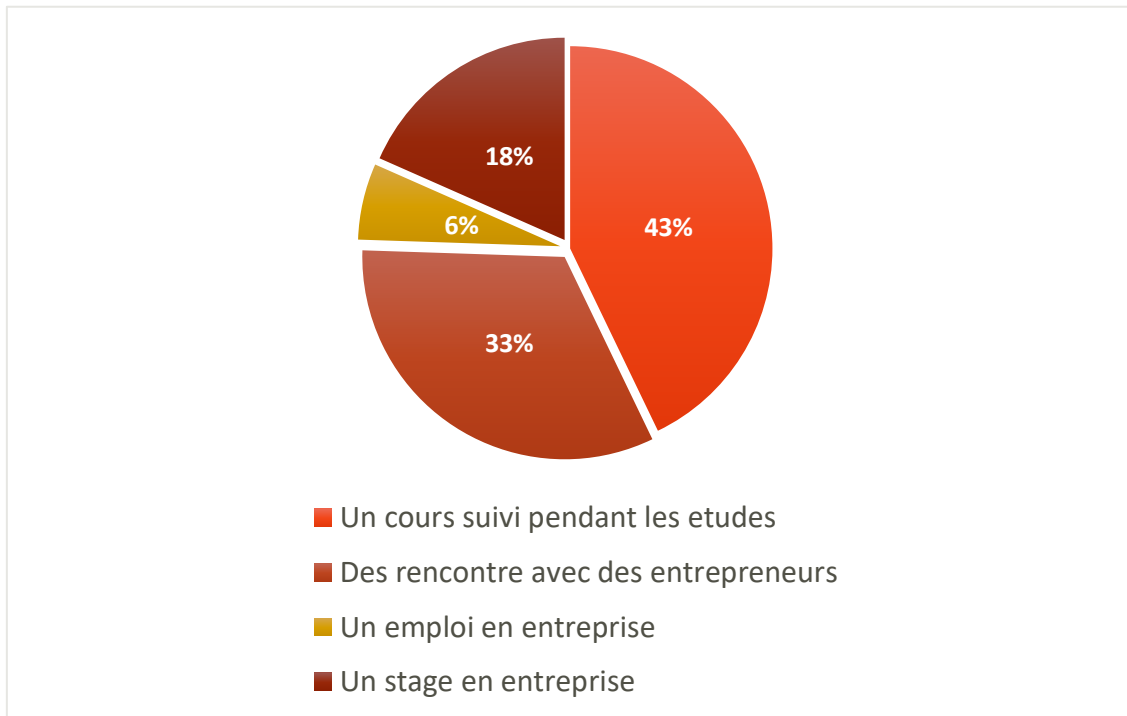
Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

De la figure ci-dessus, nous constatons que la totalité des étudiants en Management ont une idée de projet. Cela peut s'expliquer par la nature de leur formation qui tourne autour de la création d'entreprises et de leur fonctionnement.

B. Cette idée est née suite à :

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°07 : l'origine de l'idée



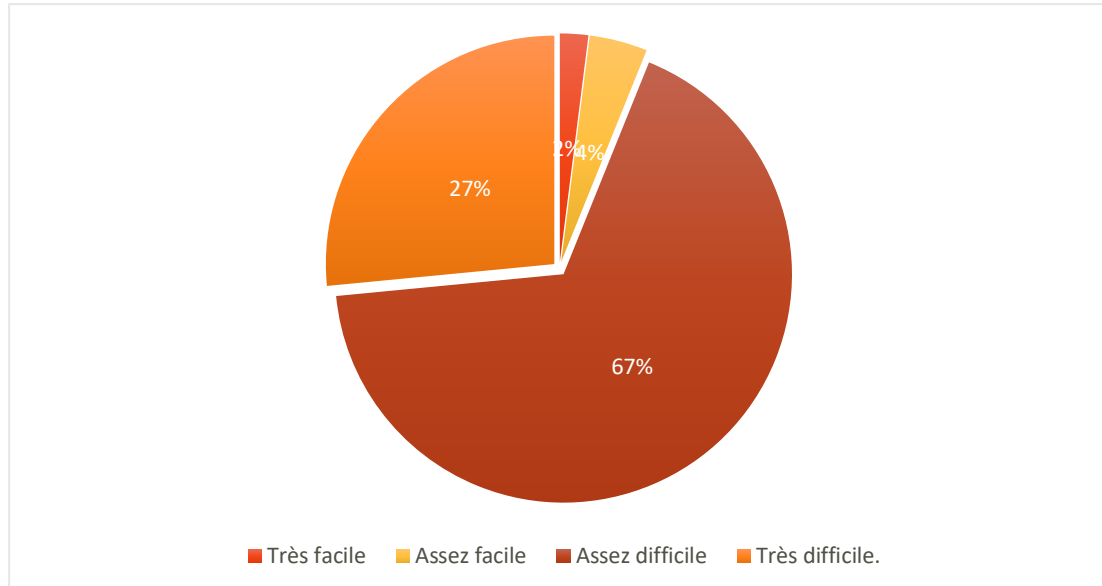
Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Nous remarquons ici que, 43% des idées des étudiants leur ont été inspirées durant un cours suivi pendant leurs études, 33% pendant des rencontres avec des entrepreneurs, 18% pendant un stage en entreprise et le reste durant un emploi en entreprise. Nous constatons donc, que l'origine de la majorité des idées provient de cours suivis durant les formations universitaires, malgré un pourcentage important en ce qui concerne les rencontres avec les entrepreneurs. Cela peut être expliqué par la forte présence d'exemples d'entrepreneurs ayant réussi que les étudiants rencontrent dans le contenu de leur formation. Sans oublier les cours dédiés à tous les aspects de la création d'une entreprise. Dans le contenu de la formation en science de gestion, notamment celle en management, tout est fait et calculé pour apprendre à l'étudiant comment devenir le gérant de sa propre affaire, des cours de comptabilité, de management des entreprises, de marketing, de recherches opérationnelles...etc. Donc, il n'est pas étonnant de voir qu'une grande partie des répondants affirment que leur idée de projet leur ait été inspirée pendant un cours.

C. Créer son entreprise en tant qu'étudiant est :

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°08 : perception des étudiants sur la création d'entreprise



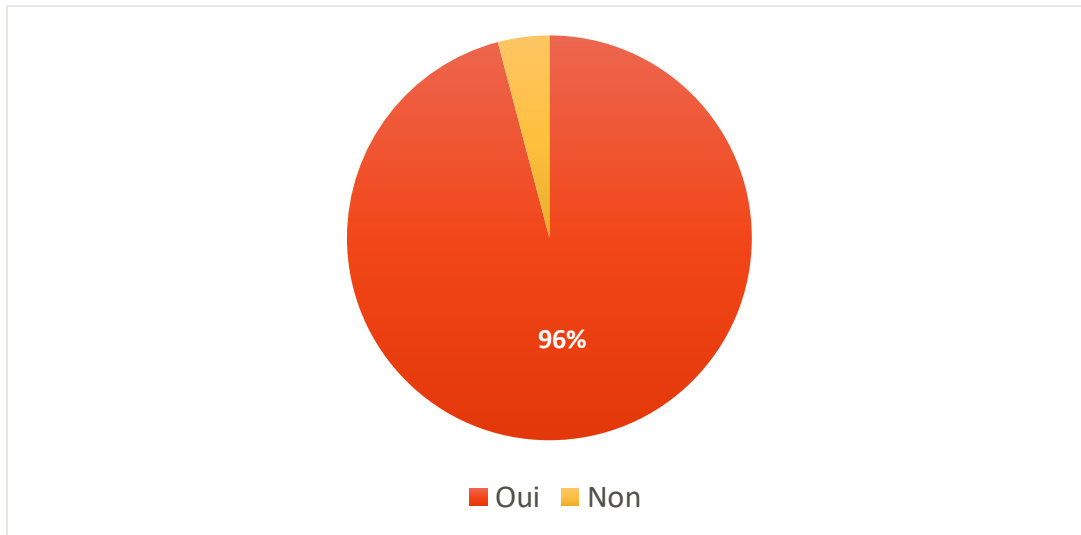
Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Selon la majorité des répondants (67%), il est assez difficile de créer sa propre entreprise en tant qu'étudiant, une petite partie (27%) pense qu'il est très difficile d'y arriver, 4% disent que c'est assez facile et les 2% restant affirment que c'est très facile. Il est connu que la création d'entreprise est une chose assez compliquée en soit, surtout lorsque l'on est étudiants, jongler entre ses études et les différentes étapes de la création d'entreprise peut paraître extrêmement difficile voire impossible donc les résultats de cette question ne sont pas surprenant.

D. Envisagez-vous de créer votre propre entreprise

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°09 : l'intention des étudiants de créer leur entreprise

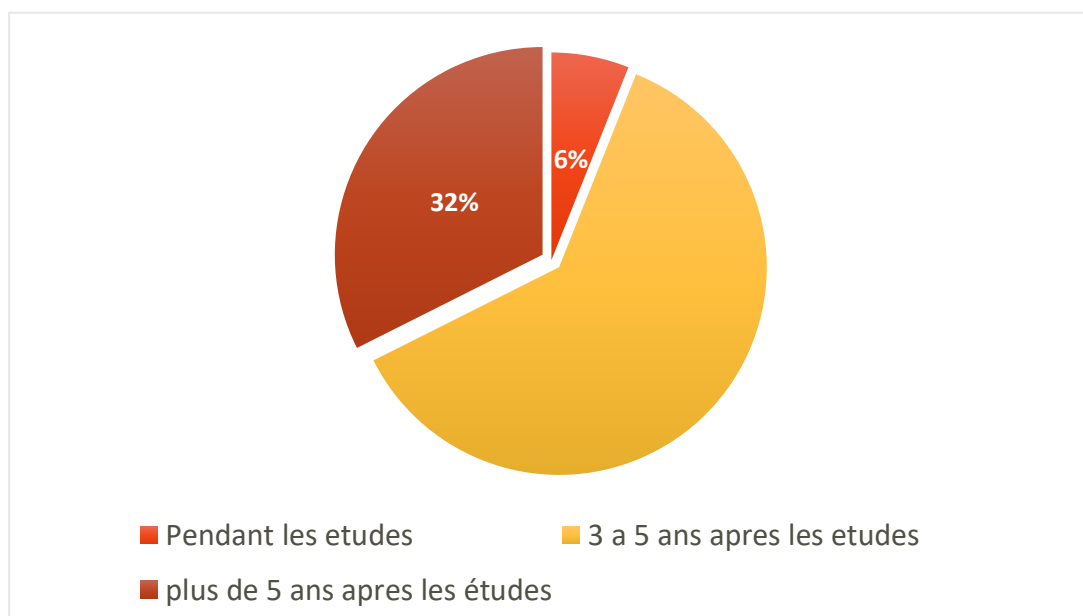


Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Comme nous-pouvons le voir dans cette figure, presque la totalité (96%) ont l'intention de créer leur propre entreprise et de concrétiser leur idée de projet. Malgré le taux de réponses positives de 100% à la première question, il y a quand même 4% de notre échantillon, qui ne souhaite pas ou ne sent pas capable de mener à bout son idée de projet. Ce résultat n'est pas étonnant, étant donné la difficulté que représente la création d'entreprise pour un étudiant, sans oublier le manque de moyen que peuvent rencontrer certains, alors que d'autres ne s'en sentent tout simplement pas capables.

E. A quelle échéance pensez-vous créer votre entreprise :

Figure N°10 : l'échéance de création de l'entreprise



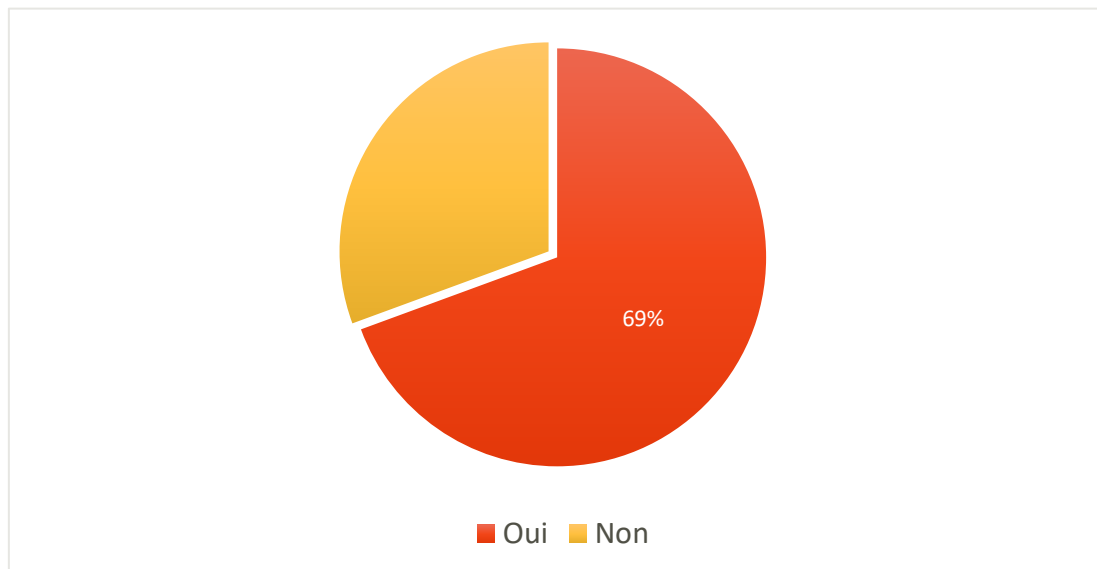
CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Nous apercevons ici que 62% des étudiants prévoient de créer leur entreprise 3 à 5 ans après leur études contre 6% qui pensent le faire pendant, cela s'expliquerait par la difficulté de pouvoir gérer les deux en même temps. Cela concorde parfaitement avec les réponses précédentes.

F. Avez-vous recherché par vous-même des informations sur les aides à la création d'entreprise :

Figure N°11 : la recherche d'informations



Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

D'après la figure ci-dessus, 69% de notre échantillon ont fait leurs propres recherches sur la création d'entreprise, ce qui témoigne de leur forte voire très forte intention à créer leur propre entreprise. Pendant que le reste (31%) n'ont pas fait leur propre recherches ce qui voudrait dire que cette partie de l'échantillon a une faible intention de concrétiser leur projet.

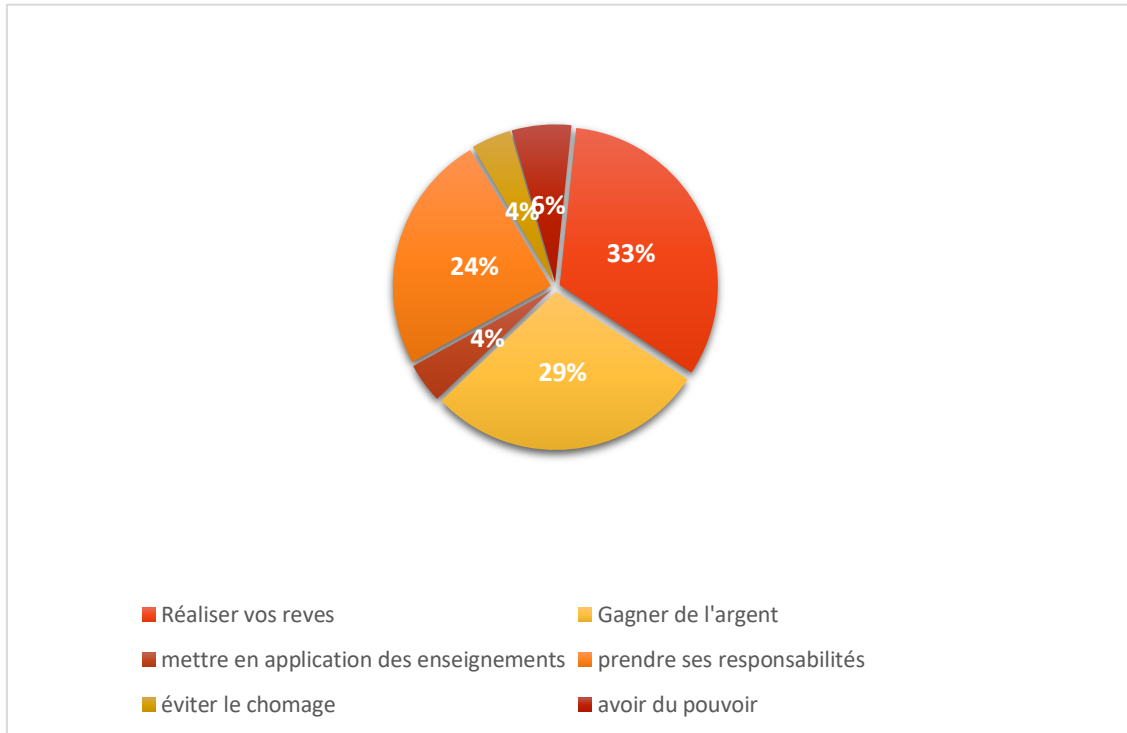
AXE 2 : Normes subjectives

Les normes sont des attentes généralisées concernant le comportement adopté au cours d'un processus de socialisation, elles constituent des modèles d'approbation ou de désapprobation de l'intention entrepreneuriale. Nous allons donc essayer de comprendre à travers les questions suivantes comment est-ce que ces normes affectent-elles les étudiants :

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

A. La création d'entreprise permet de

Figure N°12 : la création d'entreprise

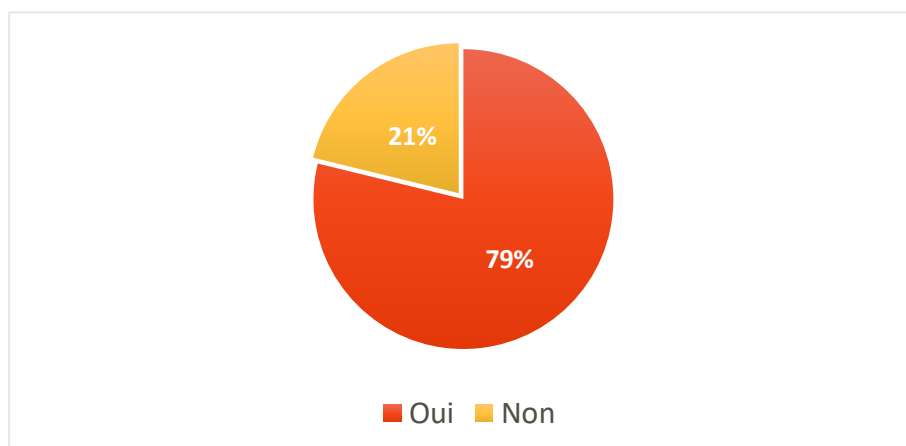


Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Selon 33% des répondants, la création permettrait de réaliser leurs rêves, 29% affirment que ça leur permet surtout de gagner de l'argent, 24% disent que c'est pour prendre leurs responsabilités, 6% trouve que la création d'entreprise leur permet d'acquérir du pouvoir et les 8 % restant se départagent équitablement entre éviter le chômage et mettre en application des enseignements. On remarquera le faible taux de réponses en lien avec la formation universitaire des étudiants.

B. Connaissez-vous un créateur d'entreprise dans votre entourage :

Figure N°13 : Créateur d'entreprise dans l'entourage



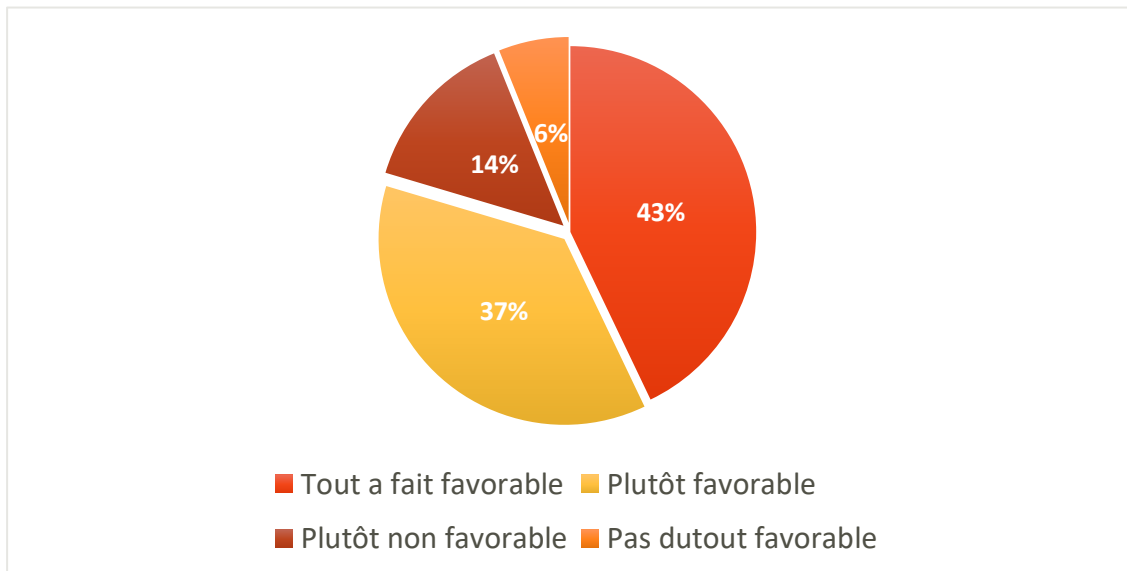
CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Selon la figure ci-dessus, la majorité des étudiants connaissent une personne dans leur entourage qui est entrepreneur contrairement aux 21% restant. Cette question est surtout la pour savoir si les étudiants ont une personne qui influe sur leur intention de créer une entreprise ou non.

C. Votre environnement familial est-il favorable à la création d'entreprise ?

Figure N°14 : l'environnement familial



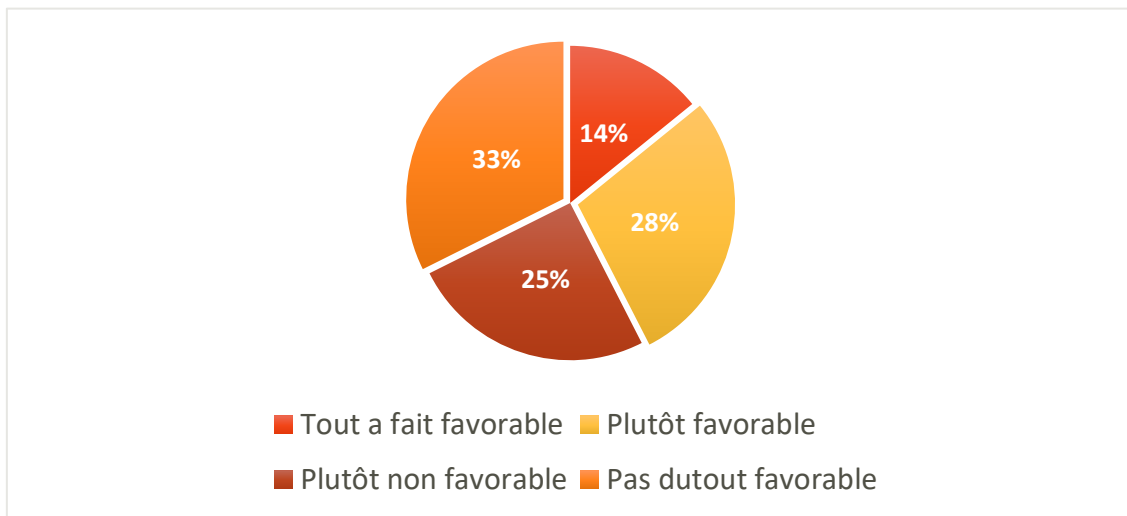
Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Cette figure démontre qu'il n'a qu'un petit pourcentage d'étudiants dont la famille est peu favorable voire pas du tout à la création d'entreprise (14% et 6% respectivement) et le reste de l'échantillon a répondu que leur environnement familial est plutôt favorable voir tout à fait favorable à la création d'entreprise (37% et 43% respectivement). On peut dire alors que pour la plus part des étudiants en M2, l'environnement familial n'est pas un obstacle pour leur intention entrepreneuriale.

D. Pensez-vous que la culture de votre pays est favorable à la création d'entreprise

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°15 : la culture du pays



Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Nos résultats montrent que notre échantillon d'étudiants est assez départagé sur la question, effectivement, 28% et 14% respectivement pensent que la culture de notre pays est plutôt favorable voire tout à fait favorable à la création d'entreprise. Tandis que 25% et 33% respectivement pensent qu'elle n'est plutôt pas favorable voir pas du tout. Nous pouvons expliquer les réponses favorable par le fait qu'une partie de notre échantillon se contente du peu de culture entrepreneurial présente en Algérie ainsi que des aides mises à disposition par l'état pour les jeunes qui souhaitent entreprendre (ex. ANSEJ).

Pour ce qui est des 58% de réponses non favorables, elles s'expliquent par le nombre important de contrainte que les jeunes peuvent faire face pour créer leur entreprise, nous pouvons citer par exemple, les contraintes liées au financement de leur projet car les aides sont très restreintes, les difficultés qu'ils peuvent rencontrer lors des procédures administratives, des contraintes religieuses et culturelles qui empêchent certains types de projets et d'idée de voir le jour... etc.

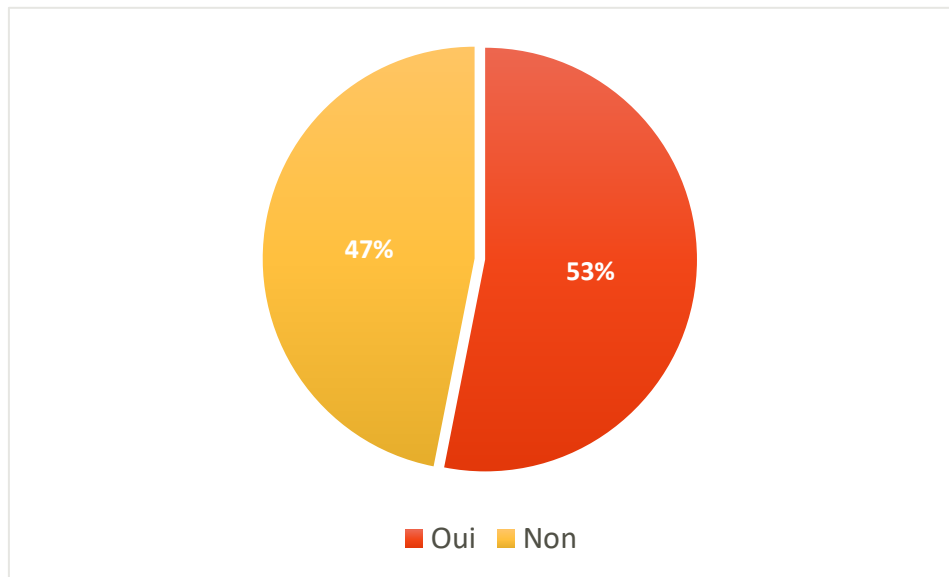
AXE 3 : Perception du control comportemental :

Ce groupe de variables contient des formations et programmes en entrepreneuriat, des expériences professionnelles et associatives, et des perceptions de l'accessibilité aux ressources :

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

A. Pensez-vous que votre formation universitaire est la raison pour laquelle vous voulez entreprendre ?

Figure N°16 : la formation universitaire à l'origine de l'envie d'entreprendre



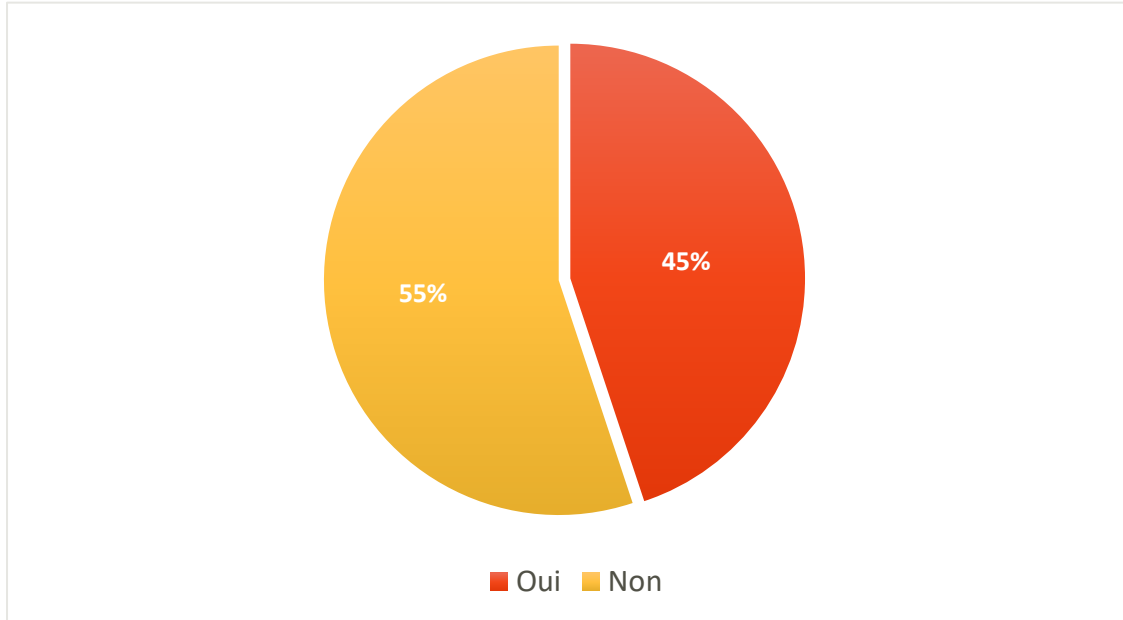
Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

Ici, les réponses sont départagés de manière presque équitable, même si la balance penche en faveur de l'affirmatif, vu que 53% des étudiants disent que leur intention et envie d'entreprendre provient de leur formation universitaire. Ces résultats sont en accord avec les réponses à la question de l'origine de l'idée de projet ou la majorité avaient répondu que c'était lors d'un cours à l'université. En ce qui concerne les 47% restant, les réponses nous paraissent logiques au vue des résultats précédents. Effectivement, une partie des étudiants peuvent être influencés par des facteurs autre que leur formation universitaire, par exemple une rencontre avec un entrepreneur ou un stage en entreprise peuvent avoir le même impact voir plus d'impact que la formation universitaire puisque les ces exemples la sont tangible et réel être témoin de la réussite de quelqu'un ou bien contribuer au bon fonctionnement d'une entreprise peut impacter plus certains étudiants quant à leur intention entrepreneuriale.

B. Avez-vous déjà été informé(e) sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise par votre université ?

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°17 : l'information de l'université sur les dispositifs de création d'entreprise



Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

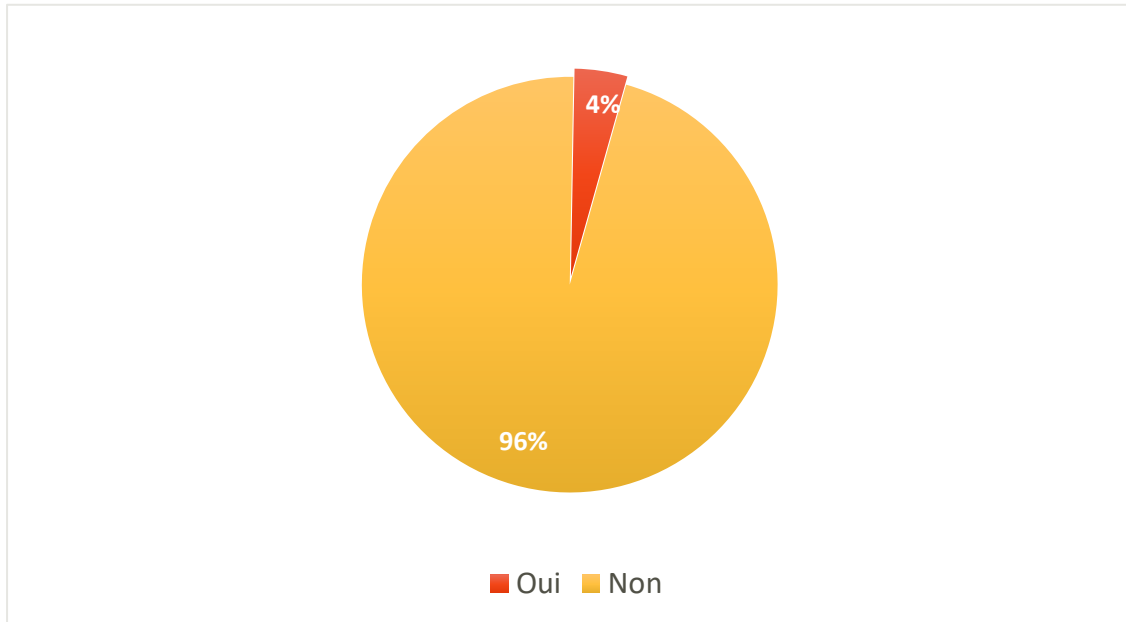
Malgré les réponses positives de la question précédente on remarque après les résultats de cette question-ci que l'université ne déploie pas assez d'effort pour informer ses étudiants en ce qui concerne ses dispositifs d'aide à la création d'entreprise. En effet 55% des étudiants disent ne pas être informés.

Il est vrai que l'université ne met pas assez en valeur ses dispositifs d'aide à la création d'entreprise, très peu de promotions et très peu d'évènement liés à ses dispositifs la sont les principales causes de ce manque d'informations chez les étudiants.

C. Pensez-vous que les aides à la création d'entreprise fournies par l'université sont suffisantes

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°18 : les aides fournies par l'université



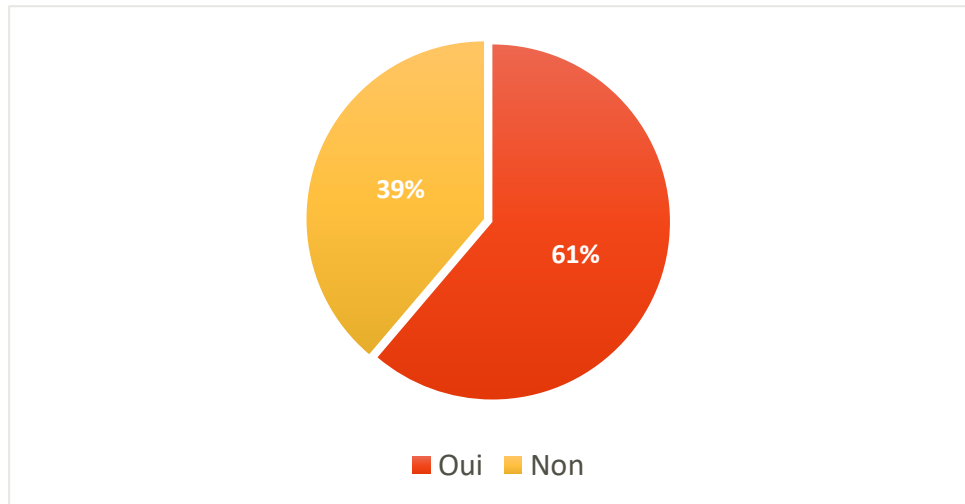
Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

La majorité écrasante (96%) dénonce le manque d'aides à la création d'entreprise fournies par l'université. Malgré, les formations en mode ateliers/actions menées (de façon ponctuelle) par certains enseignants engagés dans le cadre de la maison de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia (ex ; ateliers de formation accélérés en entrepreneuriat de mars 2021 au profit de doctorants de spécialités diverses dans le cadre du projet européen Instart, des ateliers et formation-actions engagés avec l'association féminine en entrepreneuriat vert (AFEV) en novembre 2021...etc.) et le fait que l'université prévoit un module en entrepreneuriat comme unité de découverte/méthodologie pour toutes les spécialités de la faculté SEGC, les étudiants restent sceptiques par rapports aux aides fournies par l'université. Nous pouvons expliquer cela par le manque de communication entre l'université et ses étudiants, ainsi que le fait qu'il n'y ait presque aucune promotion en ce qui concerne ces dispositifs et ces évènements qui ont lieu au sein de la maison de l'entrepreneuriat.

D. Avez- vous fait un stage ou une expérience quelconque dans le domaine de l'entrepreneuriat

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

Figure N°19 : l'expérience des étudiants dans le domaine de l'entrepreneuriat



Source : établie par nous-même selon les réponses des étudiants

La figure ci-dessus démontre que plus de la moitié (61%) de notre échantillon a déjà eu une expérience dans le domaine de l'entrepreneuriat tandis que le reste n'a pas eu cette chance-là. Nous pouvons citer les stages en entreprise que les étudiants effectuent en fin de cycle comme exemple d'expérience dans le domaine de l'entrepreneuriat, sans compter les stages hors formation qu'ils ont pu obtenir dans le but d'acquérir un maximum d'expérience possible. Quant au reste des étudiants leur manque d'expérience peut être expliqué par le manque de disponibilité de ces dits stages et de la difficulté à en obtenir un ici à Bejaia.

3.2.2. Synthèse des résultats de l'enquête par questionnaire

Notre enquête par questionnaire nous a permis de conclure que :

- Presque la totalité de notre échantillon (96%) a déclaré avoir une intention entrepreneuriale, même si la totalité avait répondu par l'affirmatif à la question « est-ce que vous avez une idée ou un projet ? » ;
- La majorité des étudiants souhaitent entreprendre 3 à 5 ans après l'obtention de leur diplôme ;
- L'attitude envers la création d'entreprise s'explique par leur perception par rapport au domaine de l'entrepreneuriat : malgré le fait que la plus part des étudiants trouvent que

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

la création d'entreprise est assez difficile cela n'altère pour le moins leur envie d'entreprendre (en tout ça pour 96% d'entre eux) ;

- Ce qui motive le plus notre échantillon à entreprendre et à créer leur propre entreprise c'est l'indépendance financière ainsi que la prise en mains de leurs responsabilités ;
- L'origine de l'intention entrepreneuriale des étudiants vient pour une grande partie d'un cours qu'ils ont suivi durant leur formation universitaire et pour une autre bonne partie elle vient de leur rencontre et interaction avec d'autres entrepreneurs. Le fait que 79% de notre échantillon ait une personne qui entreprend dans leur entourage peut être prit comme facteur important concernant leur intention ;
- L'entourage des étudiants est aussi important pour leur épanouissement entrepreneurial, selon les résultats de notre étude la grand majorité de notre échantillon vivent dans un environnement familial qui plutôt favorable à la création d'entreprise ;
- Nous remarquons après l'analyse de l'AXE 3 de notre questionnaire que les étudiants ne trouve pas que les dispositifs d'aide à la création d'entreprise sont suffisants, et qu'ils ne sont pas assez informés dessus, Malgré cela plus de la moitié de l'échantillon affirme que l'origine de leur envie d'entreprendre vient de leur formation universitaire ce qui assez paradoxal.

Ces résultats nous donnent la possibilité de synthétiser d'une manière générale que l'entrepreneuriat chez les étudiants doit être encouragé et favorisé afin de les inciter ainsi à envisager l'entrepreneuriat comme une option de carrière. Et leur fournir le soutien nécessaire pour les aidera mener leurs projets à terme.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis d'avoir une idée générale sur l'université de Bejaia en tant que structure, et plus précisément sur le département des Sciences de gestion à laquelle est affilié notre échantillon d'étude. Par la suite nous avons expliqué en détails les deux méthodologies de recherche que nous avons empruntées tout au long de ce travail.

Les résultats obtenus de l'entretien nous ont permis de constater que la maison de l'entrepreneuriat travaille et organise des ateliers et des coachings afin de favoriser un climat qui incite les étudiants à entreprendre et ce quel que soit leurs filière, cependant, l'appui dont

CHAPITRE III : L'IMPACT DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES ETUDIANTS

dispose cette structure reste petit comparé à la taille de l'université. Quant aux méthodes pédagogiques elles restent peu variées et manquent de mises en situation. Etonnement, nous avons constaté un grand intérêt pour la création d'entreprise chez les étudiants de fin cycle L3 et M2 de spécialité Management, et cela grâce à l'influence majeure de leur formation universitaire et ceci même si les méthodes employées par les enseignants sont très théoriques.

Nous avons pu voir qu'un grand nombre d'étudiants nient l'existence d'un accompagnement à la création d'entreprise au sein de l'université, alors que nous avons vu qu'il existe bel et bien des activités organisées par la maison de l'entrepreneuriat dans cet axe là ; cela peut être dû à une absence de communication et d'information à l'égard des étudiants de l'université de Bejaia.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

L'entrepreneuriat vit un réel succès aujourd'hui. A cela plusieurs raisons, devenir entrepreneur peut être une issue passionnante pour une personne en recherche d'emploi et dans l'impasse professionnellement ou simplement pour les jeunes universitaires fraîchement diplômés.

Les universités algériennes ont vu naître sur leurs bancs des ambitions entrepreneuriales de tous genres, souvent influencés par leur environnement, les étudiants sont source d'idées innovantes et d'inventions car ils sont suffisamment instruits sur les processus de création d'entreprise et ce de par leurs formations, et souvent insuffisamment expérimentés dans le domaine professionnel pour céder à la routine salariale. La phase qui sépare l'étudiant diplômé du monde professionnel est celle à laquelle nous nous sommes intéressées afin de pouvoir comprendre l'impact qu'a eu leur formation universitaire sur leurs intentions entrepreneuriales qui est quand même leur projet professionnel à l'avenir.

En effet, 100% de la population auprès de laquelle nous avons enquêté a déclaré avoir l'intention de créer une entreprise, en outre, 53% qui considèrent leur formation universitaire comme source de leur envie d'entreprendre. Ce qui reste quand même considérable notamment car ce sont des étudiants spécialisé en Management.

Notre enquête par questionnaire nous a étonnement permis de déduire que la formation universitaire joue un rôle très important dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants en fin de cycle Management, car les méthodes d'enseignements utilisées aussi théoriques soient-elles elles ont un impact sur le projet futur des étudiants de l'université. Cependant, nous avons également constaté que rares sont les étudiants qui sont informés par les dispositifs d'accompagnement et d'aide à la création d'entreprise disponibles à l'université. Effectivement, l'université, a mis en place une structure dont l'objectif est l'élaboration et la mise en œuvre de programmes de formation à la création et à la gestion d'entreprises en direction des étudiants et ce travers la signature de convention avec des organismes nationaux et internationaux, tel que nous l'avons prouvé au cours de notre entretien avec les différents exemples d'événement organisés par cette structure. Ce qui nous permet donc de souligner un problème d'absence de communication et de circulation de l'information au sein de l'université quant à ce type de structures qui peuvent être d'une grande aide pour les étudiants ayant une idée et une ambition de créer une entreprise. De plus de la moitié des étudiants ont déclaré avoir aucune expérience dans l'entrepreneuriat ce qui prouve d'avantage leurs ignorance de l'existence d'une aide à l'université. Il est donc nécessaire de mettre en place une stratégie de communication qui est indispensable à la

CONCLUSION GENERALE

promotion de cette structure et éventuellement en créer une autre afin de couvrir l'ensemble des facultés présentes à l'université.

Afin de répondre à notre problématique de départ qui est « La formation universitaire joue-t-elle un rôle important dans la promotion de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants ? ». Nous avons procédé par la rédaction de deux chapitres théoriques en guise de référence pour ainsi mener notre enquête sur le terrain. De l'enquête par questionnaire nous avons déduis que la majorité des étudiants inscrits en Management ont vu leur intentions entrepreneuriales naitre grâce à leurs formations universitaire, mais n'ont pas trouvé de structure d'appui afin de s'orienter dans leur projet. Et de l'enquête par entretien, nous avons conclu que l'université de Bejaia dispose d'une structure d'appui à la création d'entreprise qui organise des événements dans ce sens-là, mais qui ne dispose pas de feuille de route ou de plan d'action suffisants pour instaurer une vraie culture entrepreneuriale à l'intérieur de l'université. Ces deux constats nous permettent donc de répondre à notre problématique affirmativement, en outre, en confirmant la première hypothèse que nous avons développé à savoir « la formation universitaire joue un rôle important dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants », car nous avons vu que les étudiants ont développé grâce à leurs formations universitaire une intention entrepreneuriale.

Après avoir répondu à notre question de départ, il reste important de souligner le problème de manque de structures d'appui et d'accompagnement à la création d'entreprise, et l'absence d'une culture entrepreneuriale à l'intérieur de l'université. Ce à quoi nous répondons par une solution qui consiste à ce que l'université de Bejaia mette en place d'avantage de dispositifs d'aide à la création menés d'une feuille de route, d'un budget et de l'effectif qu'il faut ; et surtout d'une excellente politique de communication à travers les réseaux sociaux, l'intranet, ou encore un journal universitaire spécialisé dans la rédaction de l'actualité des événements organisés. Une telle démarche va sensibiliser toute la communauté universitaire à l'entrepreneuriat, elle va aussi la pousser à propulser des idées innovantes qui répondent aux problèmes quotidiens tout en étant encadré et dirigé, ce qui va permettre à l'université de disposer d'une culture entrepreneuriale forte qui va servir à l'avenir d'une clé de réussite pour l'économie du pays.

**REFERENCES
BIBLIOGRAPHIQUES**

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

➤ Ouvrages :

- **Béchar J.-P.** (1998), L'enseignement en entrepreneurship à travers le monde : validation d'une typologie, Management International.
- **CAPRON, (H).** « *Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise.* » Edition De Boeck, Bruxelles, 2009
- **Fayolle A.** (2007), L'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société, dans « l'art d'entreprendre », sous la direction d'Allain Fayolle, les Echos Edition, Paris
- **FAYOLLE A.**, « *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement* », Editions d'Organisation, Paris, 1999
- **FAYOLLE A.**, « *La création d'entreprise par les jeunes diplômés vécu comme un jeu.* », Problèmes économiques, N°260, 2004.
- **Fayolle.A et Jean-Michel DEGEORGE** « *dynamique entrepreneuriale* », paris, 2012
- **FILION J. L. et al.** « *Réussir sa création d'entreprise sans business plan* », Edition Eyrolles, Paris, 2012
- **Le Moigne, J.L.**, 1990, La modélisation des systèmes complexes, Dunod, Paris.
- **SCHUMPETER J.**, « *Théorie de l'évolution économique* », Edition Dalloz, Paris, 1935
- **Shapero A., Sokol L** ; (1982); "The social dimension of entrepreneurship"; In Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. (eds.); The Encyclopaedia of entrepreneurship; Englewood Cliffs NJ :Prentice Hall
- **SMITH A.**, « *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations* », Edition Flammarion, Paris, 1991.
- **Verstraete T** ; (1999) ; Entrepreneuriat « *Connaître l'entrepreneur comprendre ses actes ; Le Harmattan ; collection Economies et Innovation* » Le Harmattan

➤ Thèses et mémoires :

- **ATOUSSI Meriem**, 2016. *Les Facteurs Clés de Succès d'un Projet Entrepreneurial Cas des entreprises adhérentes au Forum des Chefs d'Entreprise Algérie.* Ecole Supérieure de Commerce – Koléa. Mémoire de fin

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

d'études En vue de l'obtention d'un diplôme de Magister en Sciences de Gestion.

- **Beudoïn J.** (2009), « L'entrepreneuriat forestier autochtone : cas de la communauté Innu de Mashteuiatsh » ; mémoire pour l'obtention du grade de maître des Sciences (M.Sc) à la Faculté des Etudes Supérieures de l'Université Laval ; Québec.
-
- **BOURGUIBA Malek ;** (2007) ; *de l'intention à l'action entrepreneurial : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes* ; Nancy ; Université Nancy2 Institut d'administration des entreprises ; thèse de doctorat nouveau régime sciences de gestion.
- **CANTILLON, R.** (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, Londres, Fetcher Gyler. Aussi, édité avec une traduction anglaise et autre matériel, par Henry Higgs, C.B., Londres, MacMillan (1931)
- **De MONTINY F, PIERCE T ;** 2016 ; *La théorie du comportement planifié appliquée à l'engagement paternel lors de la transition à la parentalité* ; Québec ; thèse de doctorat en philosophie ; Université du Québec en Outaouais.
- **DIAMANE M, KOUBAA S ;** 2016 ; *Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat* ; Casablanca, Maroc ; thèse de Doctorat ; Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales Université Hassan II
- **GUENOUN A, SEGUENI-DJAMANE N, BENYAHIA-TAIBI G,** 2018, l'intention entrepreneuriale des étudiants enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'Oran 2, *les cahiers du CREAD*, vol 33 n° 121 2017.
- **SALEH Léna ;** 2011 ; *L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban* ; Nancy ; Université Nancy2 Institut d'administration des entreprise ; thèse de doctorat

➤ Articles :

- **BOUADABBOUS Sami,** 2011, « *l'intention entrepreneuriale des étudiants the intention of entrepreneurial graduates* », *Revue libanaise de gestion et économie* (en ligne), 21 novembre 2013, volume 4 issue 6.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- **BRECHET J-P, SCHEIB B, DESREUMAUX A**, 2009, les figures de l'entrepreneur dans une théorie de l'action fondée sur le projet, *Revue de l'entrepreneuriat*, vol 8 n°01, De Boeck Supérieur.
 - **CREPLET Frédéric et Mehamanpazir Babak** ; 2000 ; une analyse cognitive du concept de « vision entrepreneuriale » ; Strasbourg ; Université Louis Pasteur, Université Robert Schuman.
 - **FERFERA M.Y, AKNINE SOUIDI R**, 2014, *Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises*, *Revue des sciences économiques de gestion*, n°14 2014.
 - **Filion Louis Jacques**, 1997 « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances » *Revue internationale P.M.E.* vol 10, n2.
 - **LEIBENSTEIN H.**, «*Entrepreneurship and development*», *American Economic Review*, vol. 58, n° 2, 1968.
 - **MADANI Wafaa, BENDAIDA Houari** ; 2017 ; L'effet de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'esprit d'entreprendre chez les étudiants de l'Université d'Oran ; IN : *Revue des Sciences Economiques*[en ligne], vol 13, n° 15, décembre 2017.
 - **Nkongolo-Bakenka J.M., D'Amboise G., Garnier B.** (1994), « L'association entre la manifestation de la vision stratégique des propriétaires-dirigeants de PME et la performance de leur entreprise », *Revue Internationale PME*.
 - **SI LAKHAL K. et Al.** « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », *Revue des entreprises algériennes*, N°4, 2013.
- **Recherches et expériences :**
- **BOISSIN J, BRANCHET B, BENREDJEM R, SCHAAPER J** ; 2010 ; Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : France – Pays arabes ; Cahier de recherche n°2009-30 E4 ; 25/01/2020 ;
 - **Schmitt C. et Knoll L.** (2005) ; QUAND SAVOIR ENTREPRENDRE, C&39;EST SAVOIR CONCEVOIR : réflexions autour de différentes expériences ; A 04 Atelier Les Nouvelles sciences d'ingénierie : Expériences ; 01/06/2005.
- **Sites internet :**
- <https://www.iheie.fr/>

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- <https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/creer-sa-societe/etapes-de-creation-entreprise/>
- <https://www.l-expert-comptable.com/a/532672-creation-d-entreprise-definition-et-etapes.html>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1999762011700337>

La table des matières

Introduction générale	1
Chapitre I : L'Entrepreneuriat et la création d'entreprise	5
Introduction	5
Section 01 : L'entrepreneuriat : Enjeux et importance	5
1.1. Le phénomène de l'entrepreneuriat	5
1.2. L'entrepreneur	7
1.3. L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie	8
1.3.1. La période de l'économie planifiée : de l'indépendance jusqu'à 1990.....	9
1.3.2. Le passage à l'économie de marché : à partir de 1990.....	10
1.3.2. Les réformes de deuxième génération : à partir de 2001.....	13
Section 02 : les formes de l'entrepreneuriat : création d'entreprise	14
2.1. la création d'une nouvelle entreprise ou l'entrepreneuriat e-nihilo (à partir de rien).....	15
2.2. La création d'une entreprise par essaimage.....	15
2.3. La création d'une entreprise par franchise.....	16
2.4. L'intrapreneuriat.....	16
2.5. La reprise d'entreprise	17
2.6. L'entrepreneuriat solidaire et social.....	17
2.7. La techno-entrepreneuriat	19
Section 03 : Processus de création d'entreprise	19
3.1. Déterminer son projet de création d'entreprise	20
3.2. Réaliser une étude de marché pour la création d'activité.....	20
3.3. Le financement de votre activité entrepreneuriale	20
3.4. Etablir un business plan de création ou reprise d'entreprise	22
3.5. Le choix de la forme sociale de son entreprise	22
3.6. La rédaction des statuts	23
Conclusion	26
Chapitre II : l'intention entrepreneuriale au sein des universités	27
Introduction	27
Section 01 : Concepts et théories sur l'intention entrepreneuriale	27

1.1. La vision et l'intention entrepreneuriale	27
1.1.1. Qu'est-ce que la vision ?	27
1.1.2. Qu'est-ce que l'intention ?	29
1.2. Les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale	30
1.2.1. Les projections identitaires entrepreneuriales	31
1.2.2. Les capacités, attitudes et croyances typiques	32
1.2.3. Le passé identitaire	32
1.2.4. L'enseignement de l'entrepreneuriat	32
Section 02 : la modélisation processuelle de l'intention entrepreneuriale	33
2.1. Le modèle du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale	33
2.2. Le modèle de la théorie de la formation de l'évènement entrepreneuriale de Shapero et Sokol (1982).....	35
2.3. Le modèle conceptuel de l'évènement entrepreneurial de Krueger et Carsrud (1993).....	37
2.4. Les modèles dans le contexte universitaire	39
Section 03 : Le programme universitaire dans la promotion de l'entrepreneuriat chez les étudiants	42
3.1. Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat	42
3.1.1. Les objectifs centrés sur les facteurs personnels	43
3.1.2. Les objectifs centrés sur l'environnement	44
3.1.3. Les objectifs centrés sur le processus entrepreneurial	45
3.2. Les méthodes pédagogiques de l'enseignement de l'entrepreneuriat	46
3.2.1. La diversité des méthodes pédagogiques de l'entrepreneuriat	46
3.2.2. La singularité des méthodes pédagogiques de l'entrepreneuriat	47
3.2.2.1. Pédagogie par projet	48
3.2.2.2. Mise en situation	49
Conclusion	50
Chapitre 03 : L'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.....	51
Introduction	51
Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil	51
1.1. Présentation de l'université de Béjaia.....	51
1.1.1. Présentation	51

1.1.2. Organisation de l'université	53
1.1.3. Les campus de l'université.....	53
1.1.4. L'université en chiffres	54
1.2. Présentation de la faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales.....	55
1.2.1 Présentation	55
1.2.2. Organisation de la faculté	55
1.2.3. La faculté en chiffres	56
1.2.4. Les départements de la faculté	56
1.3. Présentation de la maison de l'entrepreneuriat	57
Section 02 : La présentation de la méthodologie de recherche	58
2.1. Présentation générale et objectifs de l'étude	59
2.2. Technique de la recherche	59
2.2.1. Choix des variables et terrain de recherche	61
2.1.1. L'étude quantitative.....	61
A. Choix des variables	61
B. Choix du terrain de recherche	62
C. Structure du questionnaire	62
2.2.1.2. La méthode qualitative	63
A. Elaboration et structure du guide d'entretien	63
B. objectifs du guide d'entretien.....	63
C. le choix de l'entretenu	64
Section 03 : présentation et discussion des résultats de l'étude.....	64
3.1. Présentation, analyse et interprétation des résultats de l'entretien avec l'enseignante du département des Sciences de gestion de l'université de Bejaia.....	64
3.1.1. Présentation des résultats de l'entretien	65
3.1.2. Analyse et discussions des résultats de l'entretien	69
3.1.3. Synthèse des résultats de l'entretien	71
3.2. Présentation, analyse et interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire auprès des étudiants de L3 ET M2 Management.	
3.2.1. Présentation des résultats du questionnaire	72
3.2.2. Synthèse des résultats du questionnaire	84

Conclusion.....	85
Conclusion générale.....	87
Références bibliographiques.....	89
Les annexes	

Annexe N°01 :

Questionnaire
Axe 1
Avez-vous une idée ou un projet ?
Cette idée est née suite à : <ul style="list-style-type: none">• un cours suivi pendant les études• des rencontres avec des entrepreneurs• un emploi en entreprise• un stage en entreprise
créer son entreprise en étant étudiant est: <ul style="list-style-type: none">• très facile• assez facile• assez difficile• très difficile
envisagez-vous de créer votre propre entreprise ?
A quelle échéance envisagez-vous de créer votre entreprise ? <ul style="list-style-type: none">• pendant vos études• 3 à 5 ans après vos études• plus de 5 ans après la fin de vos études
Et avez-vous recherché par vous-même de l'information sur les dispositifs d'aide à la création ?
Axe 2
La création d'entreprise permet de : <ul style="list-style-type: none">• réaliser vos rêves• gagner de l'argent• mettre en application de l'enseignement• prendre ses responsabilités• éviter le chômage• avoir du pouvoir
connaissez-vous un créateur d'entreprise dans votre entourage ?
Votre environnement familial est-il favorable et incitatif à la création d'entreprise? <ul style="list-style-type: none">• Tout à fait favorable• Plutôt favorable• Plutôt pas favorable• Pas du tout favorable
pensez-vous que la culture de votre pays est favorable à la création d'entreprise ? <ul style="list-style-type: none">• Tout à fait favorable• Plutôt favorable• Plutôt pas favorable• Pas du tout favorable

Axe 3
pensez-vous que votre formation universitaire est la raison pour laquelle vous voulez entreprendre ?
Avez-vous déjà été informé(e) sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise par votre université ?
pensez-vous que les aides à la création d'entreprise fournies par l'université sont suffisantes ?
avez-vous fait un stage ou eu une expérience quelconque dans le domaine de l'entrepreneuriat ?

Annexe N°02 :

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'étude qui porte sur « le rôle de la formation universitaire dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants », nous avons préparé ce guide d'entretien ouvert, dans le but de connaître les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat, la diversité des méthodes employées actuellement et enfin la contribution de la maison de l'entrepreneuriat à animer la vie estudiantine dans un volet entrepreneurial.

Le guide d'entretien est départagé en (03) principaux axes :

1^{er} axe : ce premier axe est centré sur les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat dont les questions sont les suivantes :

Q1 : Enseignez-vous ou avez-vous déjà enseigné un ou des modules liés à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise au sein de l'université de Bejaia ?

Q2 : Bécard (1998) a distingué deux types d'objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat qui sont :

- Sensibilisation à l'entrepreneuriat qui a pour but d'informer sur le domaine et sur la carrière future
- la création d'entreprise qui a pour but de former les étudiants et de développer leurs compétences techniques et managériales

Selon vous, quelle est l'importance sur le court et le moyen terme d'enseigner l'entrepreneuriat aux étudiants ?

Q3 : Beaucoup de professeurs ont répondu à la question de Vesper (2000) concernant l'objectif de l'enseignement de l'entrepreneuriat par « le but n'est pas de fabriquer des entrepreneurs mais d'augmenter le taux de pérennité des jeunes entreprises, autrement dit, des jeunes capables de générer des idées et des initiatives entrepreneuriales surtout que le marché est saturé par les managers » adhérez-vous cette opinion ? Pourquoi ?

Q4 : Pensez-vous que l'enseignement de l'entrepreneuriat seul est suffisant pour développer un environnement entrepreneurial et stimuler chez l'étudiant un esprit entrepreneurial ? Pourquoi ?

2^{ème} axe : cette partie de l'entretien est consacrée aux méthodes d'enseignement de l'entrepreneuriat utilisées au sein de l'université de Bejaia

Q1 : pouvez-vous nous citer quelques méthodes pédagogiques d'enseignement qui sont utilisées ces dernières années à l'université de Bejaia pour former les étudiants à l'entrepreneuriat ?

Q2 : Dans quel cas et avec quel type d'étudiants peut-on employer chacune de ces deux méthodes ?

- Une pédagogie « tête bien pleine » qui se caractérise par la transmission de l'information ou l'apprenant est spectateur (observation réflexive).
- Une pédagogie « active » qui consiste à organiser des situations d'apprentissage ou l'apprenant est acteur (enseignement-apprentissage) caractérisée par l'innovation du contexte d'apprentissage.

Q3 (facultative) : pourriez-vous nous indiquer une méthode que vous avez utilisée durant vos cours et qui a influencé partiellement ou beaucoup l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia ?

Q4 : pensez-vous que la filière des sciences de gestion avec ses deux branches Management et Entrepreneuriat sont les plus assujettis à créer des futurs entrepreneurs ? Pourquoi ?

3^{ème} axe : cette dernière partie est axée sur le rôle de la chambre de l'entrepreneuriat de l'université de Bejaia :

Q1 : avez –vous déjà organisé/participé à un ou plusieurs événements organisés par la chambre de l'entrepreneuriat ? Pouvez-vous nous en décrire un ?

Q2 : Quel est l'impact de cette structure sur l'intention entrepreneuriale des étudiants et sur l'université de Bejaia globalement ?

Q3 : quels sont les moyens que l'université peut mettre en œuvre afin d'inculquer une culture entrepreneuriale et d'encourager davantage les étudiants à l'entrepreneuriat ?

Résumé

Tel que nous l'avons intitulé « le rôle de la formation universitaire dans la promotion de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants », notre thème de recherche traite la volonté des étudiants à entreprendre et cela dans le cadre des moyens que l'université met en œuvre afin de les motiver. En effet, selon nous, l'entrepreneuriat est une action menée par une personne physique ou morale engendrée par l'envie de créer un nouveau projet et c'est également un moyen permettant d'améliorer la compétitivité d'un pays, de favoriser la croissance économique, et de multiplier les possibilités d'emplois. Ce qui nous a amené à constater l'importance de ce processus de création d'entreprise dans un pays, une ville ou simplement une université. En effet l'université comprend un très grand nombre de jeunes étudiants sur le point de rejoindre la vie professionnelle et à la recherche d'idées innovantes pouvant améliorer leurs vies et le monde. D'où notre intérêt pour cette catégorie de personnes comme objet de notre projet afin de répondre à notre problématique principale dans laquelle nous nous interrogeons sur le rôle de la formation universitaire dans la promotion de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. En répondant à cette problématique, nous répondons à notre objectifs de projet qui est connaître les méthodes employées par l'université afin de promouvoir l'entrepreneuriat et mesurer ainsi son impact sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Notre projet est constitué de trois (03) chapitres dans lesquels nous avons recensé nos lectures bibliographiques ainsi que notre étude de cas pratique menée au sein de l'université de Bejaia (Campus Aboudaou) auprès des étudiants en fin de cycle spécialisés en Management et affiliés au département des Sciences de Gestion. Les deux premiers chapitres abordent tous les axes de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise ainsi que son enseignements dans les universités tout en énumérant les différents modèles processuels de l'intention entrepreneuriale parmi lesquels nous avons justement choisi un modèle comme modèle de référence dans la partie empirique de l'étude de cas à savoir le modèle processuel de Tounès (2003). En effet, dans le troisième chapitre, nous avons employé une méthodologie de recherche mixte (qualitative et quantitative), quantitative car nous avons utilisé un questionnaire basé sur les principes du modèle de Tounès (2003) à savoir les attitudes associées au comportement, les normes sociales et les perceptions du contrôle comportemental, afin de cerner et de mesurer l'ouverture des étudiants à l'entrepreneuriat et l'impact de leurs formation universitaire sur celle-ci. Quant à la méthode qualitative, elle comprend un guide d'entretien que nous avons mené avec une enseignante du département des Sciences de Gestion de l'université de Bejaia et qui est également membre actif dans la maison de l'entrepreneuriat de l'université, cet

entretient a pour but de connaitre les méthodes pédagogiques d'enseignements et les différentes actions menées par l'université pour promouvoir l'entrepreneuriat estudiantin.

Notre étude de cas s'est déroulée intégralement en ligne en raison de la pandémie mondiale de la Covid 19, ce qui nous a contraintes de cibler une population petite et à ne faire qu'un seul entretien. Ceci ne nous a pas empêchées d'obtenir des résultats qui nous ont permis d'affirmer notre première hypothèse de base qui est « l'université joue un rôle considérable dans la promotion de l'intention entrepreneuriale des étudiants ». Cependant, nous avons également constaté que le rôle de l'université reste peu important comparé à l'effectif d'étudiants et aux résultats réalisées jusqu'à aujourd'hui, ce pourquoi nous avons proposé des solutions afin d'atteindre un plus grand nombre d'étudiants et de multiplier les évènements entrepreneuriaux.

Abstract

As we have entitled it "the role of university training in the promotion of entrepreneurial intention among students", our research theme deals with the willingness of students to undertake and this within the framework of the means that the university implements to motivate them. Indeed, according to us, entrepreneurship is an action carried out by a physical or moral person generated by the desire to create a new project and it is also a means to improve the competitiveness of a country, to promote economic growth, and to multiply employment opportunities. This has led us to see the importance of this process of creating a company in a country, a city or simply a university. Indeed, the university includes a very large number of young students about to join the professional life and looking for innovative ideas that can improve their lives and the world. Hence our interest in this category of people as the object of our project in order to answer our main problematic in which we wonder about the role of university training in the promotion of entrepreneurial intention among students. By answering this problem, we answer our project objective which is to know the methods used by the university to promote entrepreneurship and to measure its impact on the entrepreneurial intention of the students.

Our project consists of three (03) chapters in which we have listed our bibliographical readings as well as our practical case study conducted within the University of Bejaia (Campus Aboudaou) with students at the end of their cycle specialized in Management and affiliated to

the Department of Management Sciences. The first two chapters deal with all the axes of entrepreneurship and business creation as well as its teaching in the universities while enumerating the different processual models of the entrepreneurial intention among which we have precisely chosen a model as a reference model in the empirical part of the case study namely the processual model of Tounès (2003). In fact, in the third chapter, we used a mixed research methodology (qualitative and quantitative), quantitative because we used a questionnaire based on the principles of the Tounès model (2003), namely attitudes associated with behavior, social norms and perceptions of behavioral control, in order to identify and measure students' openness to entrepreneurship and the impact of their university education on it. As for the qualitative method, it includes an interview guide that we conducted with a teacher of the Department of Management Sciences of the University of Bejaia and who is also an active member in the house of entrepreneurship of the university, this interview aims to know the teaching methods and the various actions taken by the university to promote student entrepreneurship.

Our case study was conducted entirely online due to the global pandemic of Covid 19, which forced us to target a small population and conduct only one interview. This did not prevent us from obtaining results that allowed us to affirm our first basic hypothesis which is "the university plays a considerable role in promoting students' entrepreneurial intention". However, we also found that the role of the university remains small compared to the number of students and the results achieved so far, which is why we proposed solutions to reach a larger number of students and to multiply the entrepreneurial events.