

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



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

## Mémoire de fin de cycle

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

Option : Entrepreneuriat

Thème

**Les facteurs déterminants de l'intention  
entrepreneuriale des étudiants : cas des étudiants en  
sciences sociales de l'université de Bejaïa**

**Préparé par :**

M<sup>elle</sup> AGRI Floria

M<sup>elle</sup> AMENOUCHE Chayma

**Encadré par**

M. ZIDELKHIL Halim

**Membres de jury**

Année universitaire : 2023/2024

## **Remerciement**

*À la fin de ce voyage intellectuel, nous désirons exprimer notre profonde gratitude envers tous ceux qui ont joué un rôle crucial dans l'élaboration de ce mémoire.*

*Tout d'abord, nous tenons à adresser nos sincères remerciements à notre promoteur Dr Zidelkhal, pour son orientation experte, son soutien constant et ses conseils avisés qui ont grandement enrichi ce travail.*

*Nous souhaitons également exprimer notre chaleureuse reconnaissance envers les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce projet de recherche.*

*Nous sommes également reconnaissants envers nos familles et amis pour leur soutien inébranlable, leurs encouragements et leur compréhension tout au long de cette aventure académique.*

*Nous tenons à exprimer notre gratitude envers tous les enseignants, chercheurs et professionnels qui ont généreusement partagé leur expertise et leurs idées, contribuant ainsi à l'enrichissement de nos connaissances.*

*Enfin, nous remercions chaque personne qui a croisé notre chemin pendant ce parcours, qu'ils aient été des sources d'inspiration, des interlocuteurs stimulants ou de simples encouragements.*

*Merci à tous pour votre précieuse contribution à la réalisation de ce mémoire.*

***Floria, Chayma***

## ***Dédicace:***

---

*Je dédie ce travail à tous ceux qui ont été mes piliers et mon inspiration tout au long de ce parcours.*

*À mes chers parents, dont l'amour et le soutien inconditionnels m'ont toujours porté(e) vers l'avant.*

*À mes sœurs, Hanane et Lynda, Hamida et Ibtissam, pour leur bienveillance et leur encouragement constant.*

*À mabinôme, Floria, avec qui j'ai partagé tant de défis et de réussites.*

*À mes chères amies Yousra et thinhinane, pour toutes les fois où elles ont su éclairer mes jours.*

*Et bien sûr, à toute ma famille, dont la présence et la confiance ont été mes plus grandes forces.*

***Chayma***

## ***Dédicace:***

---

*Je dédie ce travail à mes parents, dont l'amour et le soutien inébranlable ont été le socle de mes ambitions.*

*À mes sœurs, Hanane et Malak, mes frères, Amrane et*

*Massinissa, et mon beau -frère Nassim pour leur complicité, leur encouragement et leur fierté qui m'ont toujours motivé(e).*

*À ma binôme, Chayma, avec qui chaque étape de ce projet a été une découverte et une réussite partagée.*

*À mes chères amies, Yousra et Lahna, pour toutes les joies partagées et le soutien sans faille au cours de cette aventure.*

*Et enfin, à toute ma famille, dont l'esprit de solidarité et l'amour inconditionnel m'ont permis de toujours aller de l'avant.*

***Floria***

## Liste des abréviations

<b>ANDI</b>	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
<b>ANGEM</b>	Agence Nationale de Gestion des Microcrédits
<b>ANSEJ</b>	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
<b>CNAC</b>	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
<b>EEM</b>	Marchés émergents
<b>OCDE</b>	Organisation de Coopération et de Développement Économiques
<b>TPE</b>	Très petite entreprise
<b>TRIO</b>	Théorie Réflexion Action
<b>PME</b>	Petite moyenne entreprise

## Liste des tableaux

<b>Tableau 1 : la taille de l'échantillon de l'enquête .....</b>	<b>50</b>
<b>Tableau 2 : Votre sexe .....</b>	<b>50</b>
<b>Tableau 3 : Votre faculté .....</b>	<b>51</b>
<b>Tableau 4 : Votre sexe * Votre spécialité * Avez-vous l'intention d'entreprendre ? .....</b>	<b>51</b>
<b>Tableau 5 : .....</b>	<b>53</b>
<b>Tableau 6 : .....</b>	<b>54</b>
<b>Tableau 7 : Votre moyenne * Choix entre salariat et entrepreneuriat.....</b>	<b>56</b>
<b>Tableau 8 Votre spécialité * Entreprendre après le diplôme .....</b>	<b>57</b>
<b>Tableau 9 : Recherche d'opportunité de création * L'état vous motive-t-il ? .....</b>	<b>58</b>
<b>Tableau 10 : Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * Voulez-vous que l'Etat vous informe des dispositifs ? * comment les connaissez-vous ? .....</b>	<b>59</b>
<b>Tableau 11 : Votre faculté * Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes ? .</b>	<b>60</b>
<b>Tableau 12 Recherche d'opportunité de création * L'université vous donne-t-elle envie d'entreprendre ? .....</b>	<b>61</b>
<b>Tableau 13 suivez-vous une formation en entrepreneuriat ? * quel est le degré d'influence de cette formation sur votre intention ? .....</b>	<b>62</b>
<b>Tableau 14 Votre moyenne * Votre faculté * pensez-vous maîtriser le processus de création ? .....</b>	<b>63</b>
<b>Tableau 15 : Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * quels sont vos moyens de financement ? * Pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes ? .....</b>	<b>64</b>
<b>Tableau 16 avez-vous l'intention d'entreprendre ? *des entrepreneurs dans votre entourage ?.....</b>	<b>64</b>
<b>Tableau 17 Avez-vous l'intention d'entreprendre ? *comment vous ont-ils influencer ?.....</b>	<b>68</b>

## **Liste des figures**

<b>Figure 1 : Théorie du comportement planifié .....</b>	<b>15</b>
<b>Figure 2 : Le modelé conceptuel d' Ajzen (1998) .....</b>	<b>17</b>
<b>Figure 3 : La formation de l'évènement entrepreneuriale .....</b>	<b>20</b>
<b>Figure 4 : Modèle de shapero revisite par krueger (1993) .....</b>	<b>21</b>
<b>Figure 5 : Répartition des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat .....</b>	<b>39</b>

# Sommaire

**La liste des abréviations**

**La liste des tableaux**

**La liste des figures**

**Introduction générale ..... 1**

**Chapitre 01 : Les modèles de déterminations de l'intention entrepreneuriale ... 4**

1.1 Le modèle de Shapiro et sokol et le modèle d'Ajzen (1982) .....5

1.2 Les autres facteurs determinants de l'intention entrepreneuriale ..... 14

**Chapitre 2 : L'université et L'entrepreneuriat ..... 25**

2.1 Généralités sur l'entrepreneuriat .....26

2.2 Entrepreneuriat en Algérie .....27

2.3 Le rôle de la formation universitaire dans l'intention entrepreneuriale .....34

**Chapitre 3 : analyse des facteurs determinants de l'intention entrepreneuriale chez**

**Les etudiants : approche descriptive ..... 41**

3.1 Méthodologie de la recherche .....41

3.2 Analyse du contenu du questionnaire .....45

**Conclusion générale ..... 64**

**Bibliographie..... 66**

**Annexes**

**Table des matières**

**Résumé**



# Introduction générale

---

L'entrepreneuriat a évolué pour devenir un phénomène économique et social majeur, suscitant un intérêt croissant en tant que sujet de recherche ainsi qu'en matière d'éducation et d'enseignement. De fait, le nombre d'écoles et d'universités proposant des programmes et des cours en entrepreneuriat ne cesse d'augmenter. Bien que l'entrepreneuriat ne soit pas un concept nouveau, il a retrouvé une importance particulière, notamment dans le domaine de la recherche scientifique, au cours des deux dernières décennies. Aujourd'hui, il est largement considéré comme un levier crucial pour répondre à un contexte concurrentiel en perpétuelle évolution.

L'entrepreneuriat est reconnu à la fois comme un moteur d'innovation et de performance économique, ainsi qu'un important générateur d'emplois. Avec l'évolution du domaine de l'entrepreneuriat, il y a un intérêt croissant pour le développement de programmes éducatifs visant à encourager et à soutenir les entrepreneurs en herbe. Cependant, le défi réside dans la recherche d'un consensus sur le contenu des programmes à enseigner et sur les méthodes pédagogiques permettant d'influencer les attitudes des étudiants. Des recherches empiriques, telles que celle menée par Karimi et al. (2013), suggèrent que l'éducation peut jouer un rôle favorable dans la promotion de l'entrepreneuriat. Cependant, on a encore beaucoup à explorer concernant l'effet des programmes de formation à l'entrepreneuriat sur les compétences et les valeurs entrepreneuriales. Cette étude a utilisé la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) comme cadre pour évaluer comment les programmes de formation en entrepreneuriat influent sur les intentions entrepreneuriales des étudiants. Au cours des cinq dernières années. Ces initiatives comprennent l'introduction de modules dédiés à l'entrepreneuriat dans les cursus de licence et de master, entre autres. Au-delà de la promotion de l'esprit d'entreprise, ces programmes visent à répondre à un contexte économique marqué par un taux de chômage relativement élevé parmi les diplômés de l'enseignement supérieur. Cette tendance récente a suscité un intérêt croissant pour la recherche académique axée sur l'évaluation de l'impact de ces programmes sur les aspirations entrepreneuriales des étudiants. Divers modèles et théories ont été proposés pour tenter d'analyser ce phénomène complexe de l'entrepreneuriat. Cette étude s'appuie sur les modèles évoqués dans la littérature scientifique concernant la théorie du comportement planifié, telle qu'énoncée par Ajzen en 1991.

Ce cadre vise à anticiper et à comprendre le comportement individuel, notamment dans notre contexte, celui de la création d'entreprise. Notre objectif est d'évaluer l'influence de certains facteurs sur les aspirations entrepreneuriales des étudiants. Dans la sphère de la psychologie sociale, les intentions sont considérées comme des indicateurs privilégiés du comportement projeté. Cette perspective revêt une importance particulière lorsque le comportement visé est rare ou difficile à observer, comme le souligne Ajzen (1991). Selon la théorie du comportement planifié, l'étude des intentions s'avère efficace pour prédire le comportement d'un individu. Toutefois, les intentions sont influencées par divers facteurs externes qui peuvent soit faciliter, soit entraver la concrétisation des intentions. Dans une partie de la recherche, l'entrepreneuriat est souvent cité comme la volonté affirmée de créer ou de reprendre une entreprise (Krueger, 1993). Comprendre ces intentions revêt une importance particulière car cela permet d'identifier les traits caractéristiques des nouvelles entreprises. De nombreuses initiatives à travers le monde ont été lancées pour encourager le développement de la culture entrepreneuriale au sein des universités.

Ainsi, les universités sont de plus en plus sollicitées pour jouer un rôle plus actif et direct dans la génération de richesse, tout en maintenant leurs engagements traditionnels dans l'enseignement et la recherche exemple classique de comportement intentionnel, où l'intention entrepreneuriale est définie.

En Algérie, l'élan entrepreneurial a principalement émergé après l'indépendance, lorsque le pays a commencé à réformer son système économique pour s'adapter aux grandes transformations économiques mondiales de la période post-indépendance jusqu'au début des années 80. Les investissements étaient alors largement contrôlés par l'État, avec peu de politiques encourageant le développement du secteur privé. À partir des années 1980 jusqu'aux années 1990, l'État a commencé à modifier son attitude envers le secteur privé pour devenir un catalyseur des investissements privés. Cette évolution a été justifiée par la crise économique qui a réduit la capacité budgétaire de l'État. On a alors considéré que les entreprises privées étaient la meilleure solution pour créer des emplois et réduire le taux de chômage, qui augmentait rapidement et touchait particulièrement les étudiants.

L'entrepreneuriat en Algérie se développe progressivement, marquant l'émergence d'une culture de création d'entreprise et de génération d'emplois parmi les jeunes. Ceci est notamment encouragé par les dispositifs d'aide et les engagements pris par l'État pour soutenir la création de PME, tels que l'ANSEJ et ANGEM, ainsi que par l'accès facilité aux crédits

bancaires. Dans cet environnement économique dynamique, l'innovation et la créativité sont valorisées, favorisant ainsi la transformation des idées en projets concrets.

L'entrepreneuriat émerge comme un domaine de recherche crucial et un sujet d'enseignement primordial dans les universités et les instituts, ce qui façonne la mentalité des étudiants en faveur de la création d'entreprises. Cela les encourage à envisager la création de leur propre emploi même avant l'achèvement de leurs études.

### **La problématique :**

Quels sont les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia. ?

Comment les perceptions des obstacles et des opportunités influencent-elles l'intention entrepreneuriale des étudiants en sciences sociales de l'Université de Bejaia ?

### **Hypothèses :**

**H1** : la formation en entrepreneuriat est un déterminant important.

**H2** : les dispositifs d'Etat sont plus incitatifs à créer des entreprises

### **Méthodologie :**

Afin de sonder le lien entre la formation universitaire et l'envie d'entreprendre nous avons opté pour une technique de sondage par questionnaire

Nous avons adopté une approche méthodologique rigoureuse et bien structurée. Notre choix s'est porté sur une enquête quantitative, réalisée à l'aide d'un questionnaire, afin de recueillir des données précises et comparables. L'échantillon de notre étude comprenait 200 étudiants inscrits à l'Université de Bejaia, sélectionnés de manière aléatoire simple parmi les facultés de sciences économiques, de gestion et de commerce (SECG), de sciences humaines et sociales, et de droit. Cette diversité académique nous a permis de capturer une variété de perspectives et d'assurer la représentativité de notre échantillon. Notre approche méthodologique est bien justifiée par la nécessité de recueillir des données précises, comparables et représentatives, tout en assurant une analyse objective . Les résultats seront abordé sous forme de tableaux croisés et analyse descriptive simple.

### **Structure de recherche**

Afin de répondre au mieux à notre problématique et de vérifier la pertinence de nos hypothèses nous avons scindé notre recherche en trois chapitres fluide et complémentaire.

Dans le premier chapitre nous allons aborder les modèles de déterminations de l'intention entrepreneuriale le deuxième chapitre parle sur l'université et l'entrepreneuriat. Enfin, dans le dernier chapitre il sera question d'analyser les résultats de notre enquête de terrain.

# Chapitre 01 : Les modèles de déterminations de l'intention entrepreneuriale

---

De nombreux éléments influent sur l'intention entrepreneuriale, s'articulant autour de diverses sphères telles que les caractéristiques individuelles, sociales, contextuelles et environnementales. Au niveau individuel, la personnalité, les compétences, les connaissances, les expériences et la motivation de l'entrepreneur en herbe jouent un rôle crucial. La confiance en soi est particulièrement importante, agissant comme une forme d'auto-efficacité (Mahmoudi, 2018). De plus, les attitudes envers l'entrepreneuriat et les normes sociales subjectives, particulièrement chez les étudiants, sont des facteurs clés qui influencent cette intention.

Sur le plan social, les normes, les valeurs culturelles, les modèles d'entrepreneurs et les motivations individuelles jouent un rôle majeur. Les normes subjectives et les attitudes, telles que l'idée et la recherche d'informations, exercent une influence significative sur cette intention entrepreneuriale (Mahmoudi, 2018). Les facteurs contextuels englobent les opportunités d'affaires, la disponibilité des ressources, le soutien de la communauté et les politiques gouvernementales. Les perceptions du contrôle, incluant la formation, les expériences professionnelles et associatives, ainsi que la disponibilité des ressources, influent également sur cette intention

Quant aux facteurs environnementaux, ils comprennent les aspects macroéconomiques, technologiques, politiques et sociaux. Ces éléments influent sur l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit entrepreneurial des étudiants ingénieurs dans une école française fait référence aux étudiants qui suivent une formation en ingénierie dans une institution académique en France.

En somme, les déterminants de l'intention entrepreneuriale sont complexes et multidimensionnels, résultant de l'interaction entre des facteurs personnels, sociaux, contextuels et environnementaux. Une meilleure compréhension de ces déterminants peut favoriser la promotion de l'entrepreneuriat et soutenir les entrepreneurs dans leur parcours (Achibane et Andaloussi, 2019).

## **1.1 Le modèle de Shapiro et Sokol et le modèle d’Ajzen (1982)**

L'intention entrepreneuriale se définit comme l'ensemble des comportements et des motivations des individus orientés vers la création d'une entreprise ou d'une organisation. À ses débuts, la recherche en entrepreneuriat s'est principalement concentrée sur l'individu et ses caractéristiques personnelles. Elle s'est intéressée en particulier aux traits de personnalité susceptibles d'influencer le choix d'entreprendre.

Par la suite, cette discipline a élargi son champ d'étude pour comprendre le processus complet de création d'entreprise, en explorant les aspects psychologiques qui guident l'individu dans son parcours entrepreneurial. Cette évolution a permis de mettre en lumière les motivations, les perceptions et les décisions qui sous-tendent l'engagement dans l'entrepreneuriat. L'intentionnalité, c'est-à-dire la volonté délibérée de réaliser une action spécifique, est ainsi considérée comme l'un des éléments essentiels du processus entrepreneurial. Elle représente la force motrice qui pousse un individu à passer de la simple idée à la concrétisation de son projet entrepreneurial. En comprenant les mécanismes de formation et d'évolution de cette intentionnalité, il est possible de mieux appréhender les dynamiques de l'entrepreneuriat et de développer des stratégies pour soutenir et encourager l'émergence d'initiatives entrepreneuriales.

### **1.1.1 Les apports des modèles fondés sur l'intention**

Depuis les années 1980, l'intention et les modèles d'intention ont été au centre de nombreuses recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ces modèles visent à comprendre les raisons et les motivations qui sous-tendent le comportement entrepreneurial. Les auteurs qui s'inscrivent dans ce courant de pensée partent du principe que la création d'une entreprise est un processus délibéré et intentionnel.

Des chercheurs tels que Shapiro et Sokol (1982) ont contribué à cette approche en développant des modèles théoriques visant à expliquer comment et pourquoi les individus décident de se lancer dans l'entrepreneuriat. Ils partagent l'idée fondamentale que la création d'une entreprise ne se produit pas par hasard, mais découle plutôt d'une planification et d'une intention consciente de la part de l'entrepreneur potentiel.

Selon Krueger et Carsrud (2000), l'intention se révèle être un indicateur plus fiable du comportement entrepreneurial que les attitudes, les croyances ou d'autres variables psychologiques ou sociologiques.

Finalement, il est largement accepté que les attitudes et les croyances influencent la formation des intentions, lesquelles à leur tour anticipent le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). Ainsi, l'intention peut être perçue comme un moteur qui incite à l'action entrepreneuriale.

Au fil du temps, différents courants de pensée se sont succédé en entrepreneuriat dans le but d'expliquer le processus de création d'entreprise. Pendant longtemps, les recherches ont principalement examiné les caractéristiques individuelles et démographiques, cherchant à établir des liens avec la possession d'une entreprise ou la décision de la créer. Cependant, ces études n'ont pas réussi à établir une liste cohérente et fiable de caractéristiques qui s'appliqueraient dans toutes les situations.

Pour surmonter les limitations des approches axées sur les caractéristiques individuelles, d'autres auteurs ont envisagé l'entrepreneuriat comme étant largement façonné par des contextes sociaux, culturels, politiques et économiques. Ils ont mis en avant des liens significatifs et universels entre les caractéristiques environnementales et la création d'entreprise.

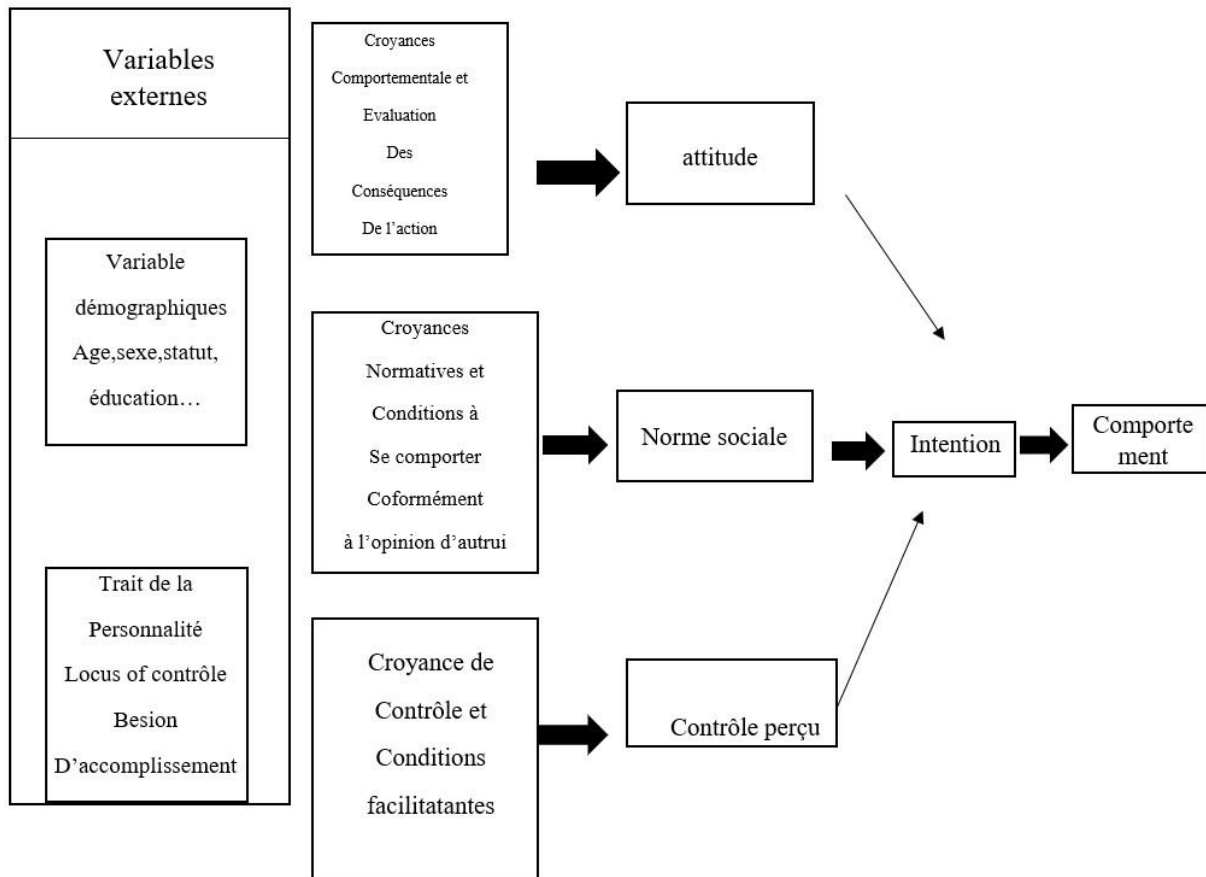
Néanmoins, la vision globale de l'environnement se concentre sur l'entreprise plutôt que sur l'entrepreneur comme objet d'analyse. D'autre part, la perspective de l'environnement immédiat ne parvient pas à expliquer les variations de comportement entre individus évoluant dans des environnements ou contextes similaires. C'est ainsi qu'est apparue l'approche interactionniste pour surmonter les limites des deux approches précédentes. Cette approche considère l'acte d'entreprendre comme un phénomène complexe et multidimensionnel, où les caractéristiques individuelles et les facteurs environnementaux doivent être pris en compte conjointement.

Parmi les diverses approches, ce sont les modèles d'intention entrepreneuriale qui suscitent actuellement le plus d'intérêt parmi les chercheurs en entrepreneuriat. Des exemples de modèles illustrant cette approche sont donc fréquemment discutés et étudiés dans la littérature spécialisée.

### **1.1.2 Théorie du comportement planifié Ajzen et Fishbein (1991)**

La théorie du comportement planifié fait partie des modèles d'intention largement utilisés pour tenter de comprendre le comportement entrepreneurial, notamment la création d'entreprise. Selon de nombreux auteurs, la création d'une entreprise est un acte intentionnellement planifié (Krueger et al, 2000).

La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) représente une extension de la théorie de l'action raisonnée, où une variable supplémentaire a été incluse. Selon cette théorie, tout comportement impliquant une certaine forme de planification (comme la création d'une entreprise) peut être prédit par l'intention de réaliser ce comportement.



**Figure 1 : Théorie du comportement planifié**

**Source :** Ajzen (1991, P182)

L'avantage de cette théorie est qu'elle offre un modèle théorique applicable à toutes les situations où le comportement est intentionnel, car elle ne se base pas sur des variables externes comme déterminants directs du comportement. Au contraire, elle considère que l'intention découle de trois déterminants conceptuels.



### **1.1.1.1.1 Les attitudes à l'égard du comportement**

Désignent le degré d'évaluation, favorable ou défavorable, que fait l'individu du comportement auquel il aspire. Elles sont largement influencées par les résultats anticipés du comportement en question, comme le souligne Ajzen (1991).

L'attitude se compose de deux éléments principaux : les convictions concernant l'adoption d'un comportement spécifique et l'évaluation des résultats potentiels de cet engagement.

Le domaine de la psychologie sociale a vu un intérêt grandissant pour le concept d'attitude. Dans de nombreuses études, les chercheurs cherchent à définir l'attitude comme une évaluation favorable ou défavorable d'un objet, d'une personne, d'une situation, d'un symbole ou d'un événement. Cette évaluation peut être à la fois interne et externe, et peut revêtir des aspects affectifs, cognitifs ou conatifs.

### **1.1.1.1.2 Les normes subjectives**

Les normes subjectives représentent un élément crucial de la théorie du comportement planifié. Elles englobent les convictions d'un individu concernant les opinions des personnes qui comptent pour lui en ce qui concerne ses intentions d'action (Ajzen, 1991). Elles représentent la manière dont un individu perçoit l'approbation ou le désaccord du groupe de personnes importantes pour lui (groupe de référence) à l'égard de son adoption d'un comportement spécifique.

En d'autres termes, la théorie du comportement planifié suggère que l'intention d'un individu d'adopter ou non un comportement dépend de la mesure dans laquelle il estime que ce comportement est conforme aux valeurs et aux principes moraux de son groupe de référence.

Les normes subjectives résultent des croyances normatives et de la volonté de se conformer à l'opinion des autres en matière de comportement.

Les croyances normatives émergent des diverses influences sociales exercées par le cercle de référence de l'individu, comprenant ses parents, sa famille, ses amis, ses collègues, etc.

### **1.1.1.1.3 Le contrôle comportemental perçu**

Ajzen (1991) accorde une importance primordiale à cette variable. En effet, selon lui, l'intention ne peut émerger que si elle est sous le contrôle comportemental de l'individu. La notion de contrôle comportemental perçu désigne la manière dont un individu perçoit la

possibilité de mettre en œuvre le comportement qu'il envisage. Elle représente le degré de maîtrise et de certitude qu'un individu concernant ses propres capacités, ainsi que l'accessibilité des ressources, des occasions et des compétences nécessaires pour réaliser le comportement désiré. En d'autres mots, le contrôle comportemental perçu se réfère à la perception de la facilité ou de la difficulté associée à la concrétisation du comportement. En règle générale, les individus optent pour des comportements qu'ils estiment pouvoir gérer et maîtriser.

La variable "contrôle comportemental perçu" revêt une importance significative car elle tient compte des contraintes auxquelles l'individu est soumis dans son comportement (telles que la capacité limitée, le temps limité, l'environnement, etc.), ce qui finalement impacte son intention d'agir.

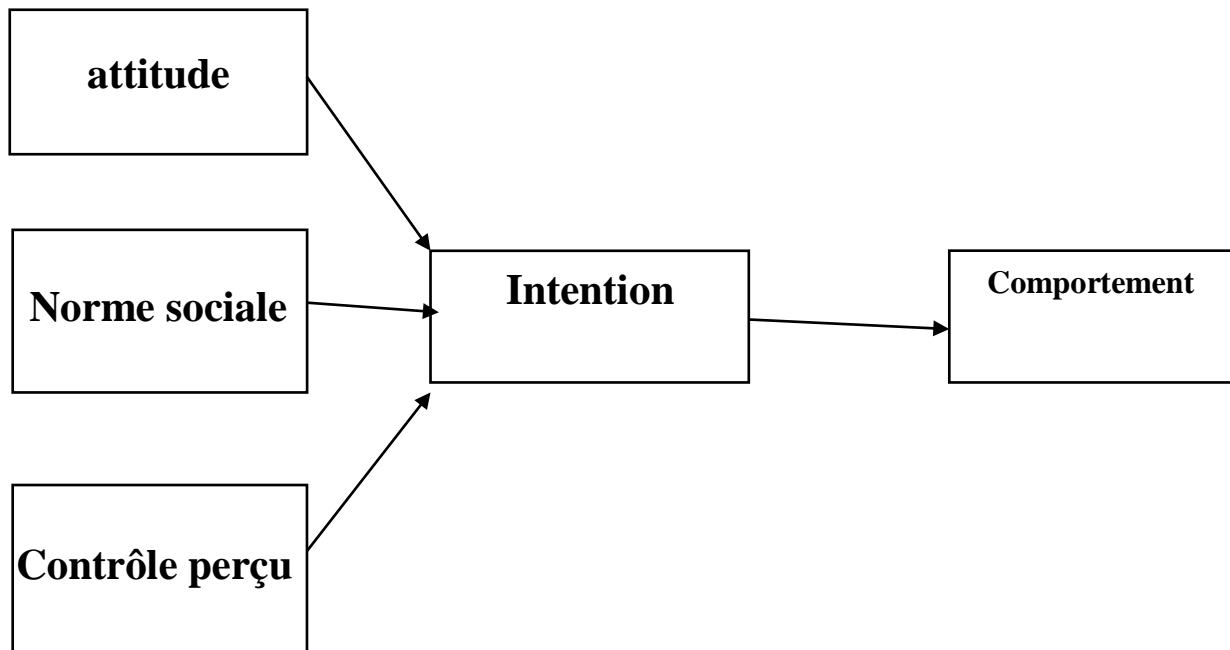
En ce qui concerne la création d'entreprise, nous faisons référence à l'auto-efficacité entrepreneuriale, qui se réfère à la perception de la capacité à mener à bien une entreprise entrepreneuriale.

Elle représente la manière dont l'individu évalue ses propres compétences et capacités à rassembler les ressources requises pour concrétiser l'acte de création d'entreprise. Parmi ces ressources, Shapero a identifié quatre éléments : le capital disponible, la gestion, la main d'œuvre et le marché.

En résumé, selon le modèle d'Ajzen, l'intégration des trois composantes (attitudes, normes subjectives et contrôle comportemental perçu) constitue un ensemble complet qui influence directement l'intention, laquelle, à son tour, prédit et détermine le comportement.

Il convient de souligner que l'importance relative de ces trois composantes peut varier au fil du temps et en fonction des circonstances. Par conséquent, dans certaines situations, seules les attitudes sont prédictives du comportement ; dans d'autres, les attitudes et le contrôle comportemental interagissent ensemble ; et dans d'autres cas, les trois composantes agissent de manière indépendante.

**Figure 2 : Le modelé conceptuel d'Ajzen (1998)**



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

La théorie du comportement planifié intègre différents éléments tels que les attitudes envers un comportement, les normes sociales et la perception du contrôle comportemental. Elle offre ainsi une perspective partielle mais significative sur l'intention entrepreneuriale, en la considérant comme un processus cognitif façonné par des facteurs psychologiques, socioculturels et environnementaux.

#### **1.1.1.1.3.1 La théorie de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapiro et Sokol, 1982)**

Shapiro et Sokol ont introduit une approche novatrice axée sur les intentions dans le domaine de l'entrepreneuriat, leur modèle ayant été validé par Krueger (1993).

Il s'agit sans aucun doute du modèle d'entrepreneuriat le plus célèbre, datant de 1975, et ayant depuis été étendu et approfondi. Selon ces auteurs, la création d'une entreprise est un phénomène complexe qui nécessite la prise en compte, en plus des traits psychologiques du créateur, divers facteurs contextuels. Ces derniers se regroupent en trois catégories : la discontinuité, la crédibilité et la faisabilité.

#### **1.1.1.1.3.2 La discontinuité ou déplacement, variable de situation**

L'esprit d'entreprise émerge de diverses situations. On distingue généralement les situations perçues négativement par le futur entrepreneur, qualifiées de "PUSHES", telles que le divorce,

le licenciement, l'émigration ou le mécontentement au travail, des situations perçues positivement, qualifiées de "PULLS", comme la découverte d'une opportunité, une offre de financement, ou la rencontre d'un client ou d'un fournisseur. Il existe également des situations intermédiaires, telles que la sortie de l'armée, de l'école ou de prison, qui marquent des transitions dans la vie des individus et peuvent déclencher un engagement entrepreneurial.

#### **1.1.1.1.3.3 La crédibilité de l'acte, variable sociologique**

Pour Shapiro, elle représente un élément crucial pour l'établissement d'une entreprise : « pour mettre en place une entreprise nouvelle, différente et novatrice, vous devez être capable de vous imaginer dans le rôle. C'est-à-dire que l'acte doit être crédible ».

La présence d'un environnement propice à l'imitation et à une culture entrepreneuriale développée facilite l'action entrepreneuriale. Cette variable sociologique joue un rôle à divers niveaux.

#### **1.1.1.1.3.4 La faisabilité de l'acte, variable économique**

Pour établir son entreprise, l'entrepreneur doit avoir accès à différentes ressources. Les Américains font référence aux 6 "M" de l'entreprise : l'argent (Money), les personnes (Men), les machines (Machines), les matériaux (Matériels), le marché (Market) et la gestion (Management). Parmi ces six ressources, une attention particulière a souvent été portée à la première, à savoir le capital initial. Aucune recherche qui ne confirme l'importance de la disponibilité du capital et qui ne mentionne la carence de capital de démarrage comme étant inhibitive de la création de nouvelle entreprise ». Lorsque le créateur n'a pas les fonds suffisants pour démarrer il rencontre les plus grandes difficultés pour trouver le capital manquant. Le capital-risque intervient beaucoup plus comme capital-développement que comme se capital.

#### **1.1.1.1.4 Les déplacements de modelé shapero et sokol**

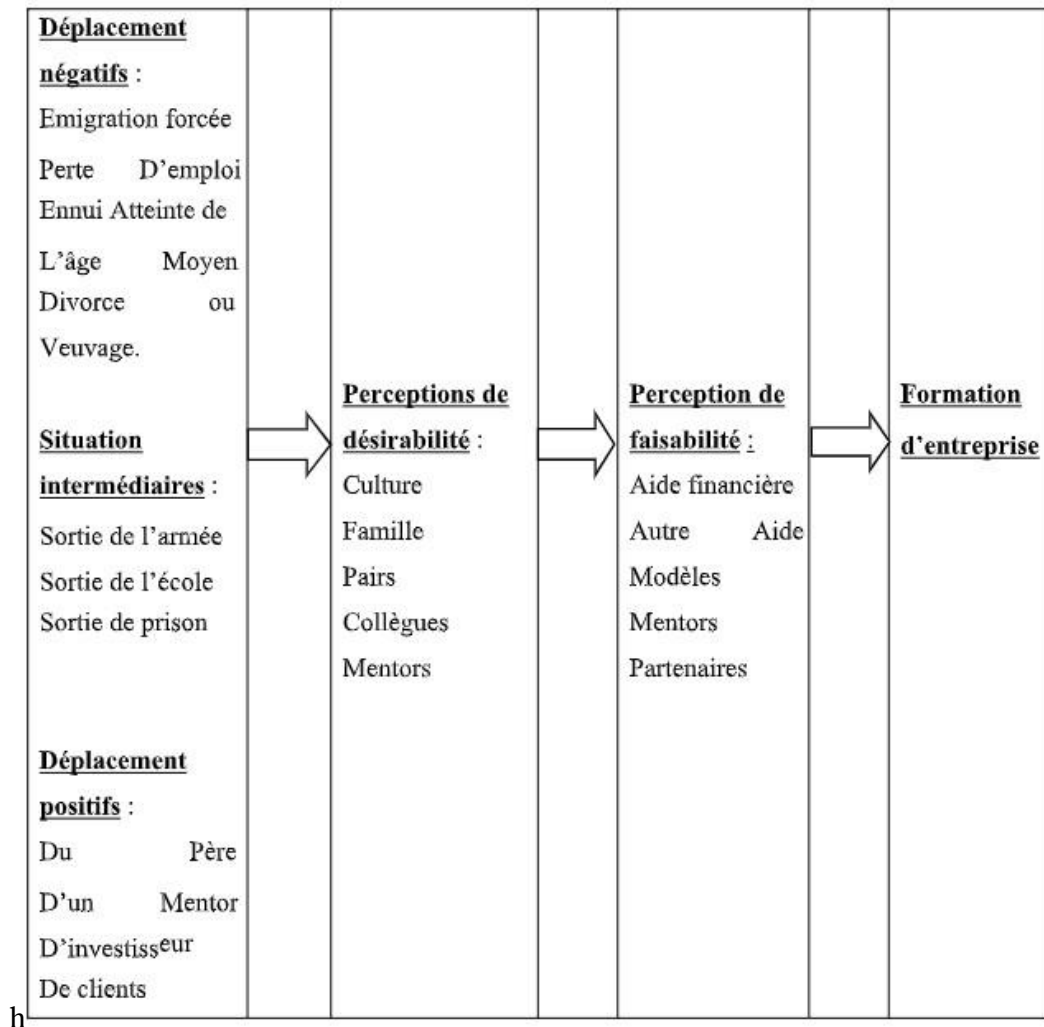
##### **1.1.1.1.4.1 Les déplacements négatifs (négative déplacement)**

Les déplacements positifs, comme le souligne Shapero (1975), sont les plus courants et marquent le point de départ de l'aventure entrepreneuriale. En revanche, les déplacements négatifs sont souvent imposés par des facteurs externes et échappent au contrôle de l'individu. Ils renvoient à des événements perturbateurs de la vie de l'entrepreneur potentiel tels que le licenciement, le divorce, le chômage, l'échec scolaire, l'insatisfaction au travail, etc.

#### **1.1.1.1.4.2 Les déplacements positifs (positive pull)**

Quant à eux, les déplacements positifs peuvent découler de l'influence familiale, de l'existence d'un marché, de clients ou d'investisseurs potentiels. Ils sont suscités par des incitations positives à entreprendre, telles que l'obtention d'un héritage, la découverte d'une opportunité d'affaires, etc. il y a aussi un troisième type de déplacement : les situations intermédiaires, qui font allusion aux événements entraînant des changements dans la trajectoire de vie d'une personne. Les situations intermédiaires signalent la conclusion et le passage à une nouvelle étape de la vie de l'individu (obtention du diplôme, départ à la retraite, sortie de l'armée, de prison, etc.), le plaçant ainsi entre deux phases distinctes. « Elles se différencient des déplacements négatifs par leur caractère prévisible » (Bourguiba, 2007).

**Figure 3 : La formation de l'évènement entrepreneuriale**



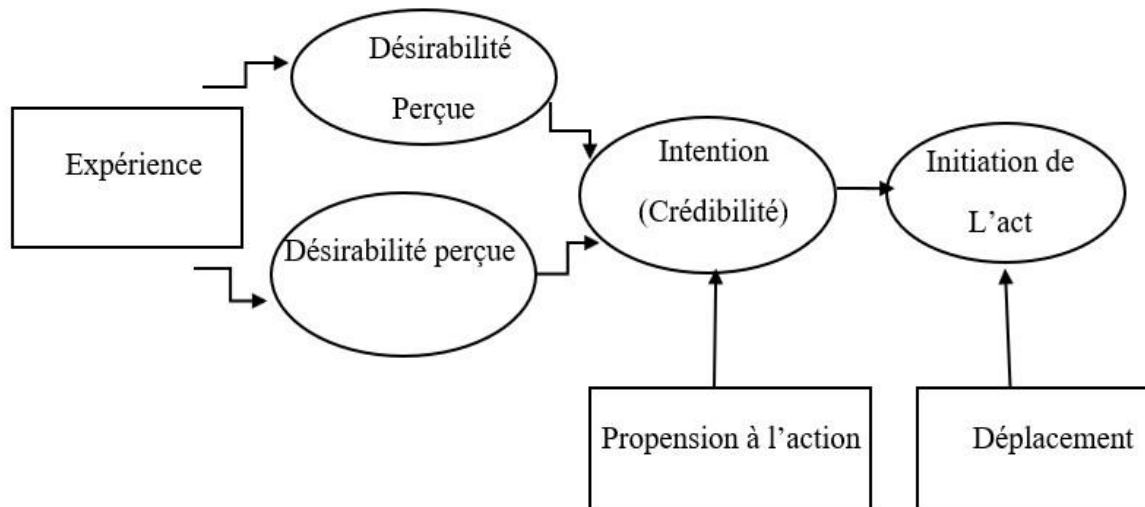
**Source :** Alain Fayolle et Jean-Michel Degeorge dynamique entrepreneuriale, Paris, 2012, P110.

Si l'on suit les modèles d'intention, pour qu'il y ait création d'entreprise, il faut la formation d'une intention de créer sous l'effet d'un changement d'attitudes en relation avec le comportement considéré.

**Le modèle de Krueger et Carsrud (1993)**

Krueger (1993) affirme que la création d'une entreprise est un comportement planifié, qui peut être plus précisément anticipé par l'intention de l'individu à l'égard de ce comportement, plutôt que par ses croyances, attitudes ou personnalité. L'intention devient donc une variable d'étude particulièrement pertinente lorsqu'on cherche à mieux appréhender des phénomènes peu courants ou non routiniers.

**Figure 4 : Modèle de shapero revisité par krueger (1993)**



Source :Krueger (1993, P16)

L'événement entrepreneurial est perçu comme un phénomène complexe, bien qu'il soit basé sur une trajectoire linéaire. La relation entre l'action et l'intention est indirecte car elle est influencée par des variables explicatives ou des "déplacements".

Cependant, Krueger observe que la variable "déplacement" n'apporte aucune valeur ajoutée à la compréhension du modèle. L'idée généralement admise est la suivante : pour qu'un individu développe une intention de créer son entreprise et passe à l'action ultérieurement, il est nécessaire qu'il ait des attitudes favorables envers l'entrepreneuriat. Plus spécifiquement, la formation d'une intention entrepreneuriale repose sur la perception de sa désirabilité et de sa faisabilité.

Les intentions entrepreneuriales sont influencées par deux facteurs principaux : la perception de la désirabilité de l'action et de sa faisabilité (Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). De plus, l'intention est également affectée par l'attitude, les normes sociales et le contrôle perçu. Les auteurs identifient ainsi trois éléments essentiels qui influencent l'intention.

□ **La perception de l'attrait du comportement entrepreneurial (*perceived attractiveness of entrepreneurial behaviors*)** : Ce facteur englobe les attitudes envers le comportement selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). Elles sont influencées par les convictions concernant les effets du comportement, qu'ils soient positifs ou négatifs. Dans cet antécédent, ils ont intégré la notion de désirabilité perçue, qui est une des composantes du modèle de Shapero et Sokol (1982).

## □ **La perception des normes sociales quant aux comportements entrepreneuriaux**

*(perceived Social normes about entrepreneurial behaviors)* :

Ce critère prend en considération les perceptions concernant l'opinion des personnes ou des groupes qui ont une influence significative sur le comportement visé (*Pression collègue, souhaits des amis, de la famille...*). Ces perceptions sont affectées par les croyances normatives et sont moins significatives pour les individus ayant un fort sentiment de contrôle interne ou ceux manifestant une forte propension à l'action. Ce critère englobe les idées de désirabilité du modèle de Shapero et Sokol (1982).

□ **La perception de l'auto-efficacité des comportements entrepreneuriaux** (*perceived Self efficacy/control for entrepreneurial behaviors*) : Cet antécédent revêt une importance cruciale dans ce modèle, tout comme dans celui d'Ajzen (1991). Ils concernent les perceptions liées à la faisabilité du comportement, qui jouent un rôle crucial dans la prédiction du comportement. En règle générale, les individus optent pour des comportements qu'ils estiment pouvoir gérer et maîtriser. Ce facteur présente une grande similitude avec la notion d'« auto-efficacité » qui a été utilisée dans certains travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat. Le degré de perception de ce concept influence donc les actions entreprises, ainsi que le niveau d'effort déployé (Scherer et al, 1998).

## **1.2 Les autres facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale**

L'esprit entrepreneurial, porteur d'innovation et de progrès économique, est le fruit d'une convergence complexe de facteurs individuels et environnementaux. Parmi ces déterminants, l'influence de l'environnement familial, de l'entourage social et des opportunités d'affaires joue un rôle primordial dans la formation et le développement des aspirations entrepreneuriales. En effet, la famille, en tant que premier cercle d'influence, façonne souvent les valeurs, les attitudes et les perceptions de l'individu à l'égard de l'entrepreneuriat. De même, l'entourage social, composé d'amis, de pairs et de mentors, exerce une influence significative en fournissant un soutien émotionnel, des conseils pratiques et des modèles de réussite. Enfin, les opportunités d'affaires présentes dans l'environnement économique et social d'un individu sont des catalyseurs majeurs de l'intention entrepreneuriale, stimulant la créativité et la volonté d'entreprendre.

Dans ce chapitre, nous explorerons en profondeur chacun de ces facteurs déterminants, en examinant leur impact sur la formation des aspirations entrepreneuriales et en identifiant les mécanismes par lesquels ils influencent le processus de prise de décision entrepreneurial. En



analysant les interactions complexes entre l'environnement familial, l'entourage social et les opportunités d'affaires, nous chercherons à mieux comprendre les dynamiques sous-jacentes à l'émergence de l'intention entrepreneuriale, ouvrant ainsi la voie à des stratégies et des politiques plus efficaces pour encourager l'entrepreneuriat et favoriser le développement économique.

### **1.2.1 L'influence de la famille sur l'entrepreneuriat à travers les différentes phases du processus entrepreneurial**

Dans une revue de littérature systématique couvrant les articles publiés entre 1989 et 2019 sur la relation entre entrepreneuriat et famille, Cardella et al. (2020) ont identifié cinq domaines principaux de développement dans cette littérature :

- Dimension culturelle et question de genre
- Entreprise familiale et succession
- Modèles parentaux et intentions entrepreneuriales
- Entrepreneuriat et travail indépendant
- Femmes entrepreneurs et soutien familial.

La revue de littérature portant sur l'influence de la famille sur l'entrepreneuriat révèle également une extension de la recherche aux différentes phases du processus entrepreneurial (Hoy et Sharma, 2010). Plus précisément, ces phases incluent la phase préliminaire, la phase de création, ainsi que la phase de post-crédation ou la vie de l'entreprise.

L'influence de la famille au cours de ces différentes phases se manifeste à travers diverses variables. Parmi celles-ci, le soutien familial se distingue comme étant particulièrement significatif (Alvarez et Barney, 2007). Le soutien familial est défini comme les comportements et attitudes d'une famille qui accepte et soutient ses membres. Ce soutien peut être émotionnel, informationnel ou instrumental (Friedman et al. 1998).

Les paragraphes suivants présentent une revue de littérature récente et sélective sur l'influence de la famille à travers les différentes phases du processus entrepreneurial.

### **1.2.2 La famille et la phase initiale de l'entrepreneuriat : l'étape de l'intention**

Les recherches actuelles confirment que la famille exerce une forte influence sur les intentions entrepreneuriales de la progéniture (Alvarez et Barney, 2007). Sahinidis et al. (2012) ont mené une étude empirique sur un échantillon de 952 étudiants issus de cinq établissements

d'enseignement supérieur grecs durant l'année académique 2014-2015. Ils ont cherché à éclairer la formation des intentions entrepreneuriales des étudiantes en examinant l'influence médiatrice de la profession des parents, des modèles de rôle et du contrôle comportemental perçu. Selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen, le contrôle comportemental perçu désigne la perception qu'a un individu de sa capacité à réaliser un comportement spécifique. Leur recherche montre que le contrôle comportemental perçu, ainsi que les modèles de rôle, influencent effectivement les intentions entrepreneuriales des étudiantes (Sahinidis et al. 2012). Bien que les recherches récentes mettent en évidence l'importance d'une exposition précoce à des modèles entrepreneuriaux dans la prise de décision de se lancer et de persévérer dans une carrière entrepreneuriale, le processus par lequel ces modèles renforcent les intentions entrepreneuriales reste partiellement élucidé.

Errays et Tourabi (2018) ont examiné les facteurs déterminants de l'intention des femmes marocaines mariées à entreprendre dans le domaine social. En utilisant les données d'une enquête menée auprès de 76 femmes entrepreneures mariées, les chercheurs ont analysé le soutien du conjoint et l'empathie comme éléments influençant l'attitude des femmes mariées envers l'entrepreneuriat. L'étude a souligné l'importance de l'empathie par rapport au soutien du conjoint dans le développement de l'intention entrepreneuriale pro-sociale chez les femmes mariées. Pour explorer cette relation, les chercheurs ont appliqué le modèle d'Ajzen, en incluant la faisabilité perçue et la désirabilité perçue comme variables médiatrices.

Dans une recherche similaire, Annisa et al. (2021) ont étudié la corrélation entre le soutien familial et le locus de contrôle interne, en tant que variables indépendantes, et l'intention d'entreprendre en tant que variable dépendante, chez des lycéens de douzième année en Indonésie. Les conclusions de leur étude indiquent que bien que le soutien familial ait une influence partielle sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, l'impact personnel du locus de contrôle interne semble être plus significatif. Le locus de contrôle interne se réfère à la croyance selon laquelle les événements qui surviennent sont principalement causés par des facteurs internes propres à l'individu. Ce concept reflète la conviction qu'un individu peut influencer les événements de sa vie par ses propres actions et décisions. Cette étude utilise l'échelle de mesure du soutien familial basée sur le modèle de Shepherd et DeTienne (2001).

Le soutien familial, tel que défini par Shepherd et DeTienne (2001), se compose de plusieurs aspects :

- Le soutien émotionnel, qui se manifeste par l'expression des sentiments, l'empathie et l'attention portée à une personne, favorisant ainsi son bien-être, son sentiment d'être aimé et pris en charge.
- Le soutien par l'appréciation, qui se traduit par une évaluation positive des idées, des émotions et des performances d'autrui, témoignant ainsi du respect envers les membres de la famille.
- Le soutien instrumental, où les membres de la famille sont une source d'aide et de support inconditionnel, pouvant inclure la supervision, la satisfaction des besoins personnels, ainsi que l'assistance financière ou pratique dans l'accomplissement des tâches.
- Le soutien informatif, qui consiste en la fourniture d'informations, de conseils, d'orientations et de feedbacks pour résoudre des problèmes spécifiques.
- Les familles solidaires ont tendance à renforcer leur cohésion au fil du temps et à devenir des sources de soutien mutuel.

Les étudiants qui bénéficient d'un fort soutien émotionnel ont tendance à nourrir des aspirations entrepreneuriales plus solides, car ils croient en la capacité de leur famille à les soutenir tout au long des différentes phases souvent imprévisibles de l'entrepreneuriat. De même, les étudiants qui reçoivent un soutien familial sous forme d'informations sur l'entrepreneuriat développent une connaissance plus étendue dans ce domaine, ce qui renforce leur confiance dans le domaine entrepreneurial.

### **1.2.3 Le rôle de la famille dans la phase de création d'une entreprise**

Basée sur l'hypothèse selon laquelle l'institution familiale entretient une relation ambivalente avec l'entrepreneuriat des personnes handicapées, l'étude menée par Shepherd et DeTienne (2001) ont adopté une méthodologie qualitative pour parvenir à des conclusions significatives. Il a été déterminé que l'attitude de la famille représente l'aspect le plus crucial de la dimension familiale. Cette attitude varie en fonction du modèle familial dominant : surprotecteur, protecteur, tuteur d'autonomie et émancipateur. L'attitude de la famille peut soit entraver soit encourager l'esprit d'entreprise. Par ailleurs, le soutien financier ou émotionnel entretient une relation causale avec l'attitude familiale et l'esprit d'entreprise des personnes handicapées. Enfin, la présence de soutien financier, éducatif et émotionnel favorise une attitude familiale propice à l'entrepreneuriat.

Dans leur étude, Maleki et al. (2021) ont mené une analyse multiniveau et transnationale en utilisant le modèle de l'événement entrepreneurial (EEM) pour examiner l'impact du soutien familial perçu sur les perceptions des jeunes individus concernant la désirabilité et la faisabilité de la création d'entreprise, tout en explorant l'effet modérateur des dimensions culturelles. Cette recherche, ancrée dans les théories des systèmes institutionnels et sociaux, démontre que le soutien familial accroît la perception de la désirabilité et de la faisabilité de la création d'entreprise, en tenant compte de la culture nationale. Les conclusions indiquent que l'impact du soutien familial est plus marqué dans les pays caractérisés par une plus grande distance de pouvoir ou un individualisme moindre. Ces pays présentent des normes sociales et une culture potentiellement moins favorable à l'entrepreneuriat. Ainsi, le soutien familial agirait comme un mécanisme de substitution facilitant le comportement entrepreneurial dans ces contextes.

#### **. La vie de l'entreprise au sein de la famille.**

Bien que l'influence de la famille sur l'entreprise tout au long de sa vie soit largement documentée dans la littérature sur l'entrepreneuriat familial, très peu d'études se sont penchées sur cette influence en dehors du contexte de l'entreprise familiale, en particulier dans le cadre de l'entreprise individuelle. Il est à noter que, dès la création de l'entreprise, l'influence familiale évolue de l'aspect affectif vers l'aspect cognitif. Adjei et al. (2019) ont examiné comment les diverses formes de relations familiales entrepreneuriales (cooccurrences) favorisent la performance de l'entreprise. En effet, dans une étude longitudinale couvrant la période de 2002 à 2012 et portant sur des PME employant jusqu'à cinquante salariés, leurs résultats soulignent l'impact prédominant de la relation familiale dyadique au sein des entreprises familiales. Leurs résultats montrent également que les relations familiales entrepreneuriales influencent la performance de l'entreprise, mais cet effet varie en fonction du type de relation familiale. Les auteurs ont identifié trois types de relations familiales : entrepreneur-enfant, entrepreneur-conjoint (homme ou femme) et entrepreneur-frères/sœurs. Les enfants et les conjoints de l'entrepreneur entretiennent une relation positive avec la performance de l'entreprise, tandis que les frères et sœurs de l'entrepreneur n'ont pas de relation significative avec la performance.

#### **1.2.4 Confiance en soi et désir d'entreprendre**

Aujourd'hui, l'importance de l'entrepreneuriat est largement reconnue et suscite un intérêt croissant au sein des établissements universitaires. L'entrepreneuriat n'est pas seulement un

domaine de recherche, mais peut aussi être enseigné de manière académique et/ou pratique. L'intégration des formations entrepreneuriales dans les universités a connu une croissance constante dans tous les pays. Ces formations sont l'un des piliers du développement de l'esprit d'entreprise et de la culture entrepreneuriale. En effet, elles influencent directement les compétences, les attitudes et les perceptions des individus, affectant leurs orientations et leurs choix de carrière (TOUNES, 2003).

Par ailleurs, les conclusions d'une recherche menée par MAHMOUDI (2019, p. 123) démontrent que la participation à des formations en entrepreneuriat accroît considérablement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Ces formations servent de catalyseur pour développer les compétences et les connaissances techniques, tout en encourageant et en stimulant l'esprit d'entreprise chez les jeunes diplômés (MAHMOUDI et BOUKRIF, 2016, p. 43). Pour eux, l'objectif de la formation entrepreneuriale est de façonner davantage les attitudes et de rendre l'entrepreneuriat plus attrayant que simplement réalisable (en termes de capacité). De plus, les compétences entrepreneuriales, dans leur globalité, exercent une influence significative sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cependant, cette intention est plus prononcée chez ceux ayant suivi des formations en entrepreneuriat que chez ceux qui ne l'ont pas fait, avec un impact plus marqué sur l'intention. En résumé, il semble que l'enseignement et la formation en entrepreneuriat augmentent considérablement l'intention entrepreneuriale des étudiants (MAHMOUDI, 2019, p. 123).

### **1.2.5 L'influence du réseau social**

La présence de figures entrepreneuriales dans l'entourage exerce une influence sur les intentions et les comportements entrepreneuriaux des individus. La famille revêt un rôle crucial dans la vie d'un individu, étant donné qu'elle représente sa première expérience sociale. Les jeunes provenant d'une famille d'entrepreneurs ont tendance à suivre les schémas parentaux et montrent une plus grande propension à entreprendre. Ce n'est pas nécessairement en raison de leurs compétences entrepreneuriales élevées, mais plutôt parce que le modèle parental a rendu l'entrepreneuriat accessible comme choix de carrière. En effet, l'environnement familial, en particulier les parents et les relations avec les proches, agit comme un moteur dans le choix d'une carrière entrepreneuriale et exerce une influence significative sur la perception de la viabilité des actions entrepreneuriales. FAYOLLE (2003, p. 64) souligne que l'influence exercée par la famille est souvent décisive, et que fréquemment, les entrepreneurs proviennent de familles d'entrepreneurs. De plus, le contexte familial peut engendrer des attitudes négatives chez les individus à l'égard d'une carrière

entrepreneuriale, notamment lorsque l'un des membres de la famille échoue dans son entreprise. Ainsi, la présence d'un modèle entrepreneurial dans l'entourage peut influencer soit la propension soit la réticence des individus à embrasser une carrière entrepreneuriale. En plus du réseau familial, le réseau de relations constitue l'un des éléments susceptibles de stimuler l'intention entrepreneuriale des individus. Ce réseau est perçu comme un canal permettant d'accéder à des informations, des opportunités, des technologies, des sources d'innovation et des ressources essentielles à la création d'entreprise. Les individus faisant partie de ce réseau, notamment ceux ayant une expérience dans le domaine entrepreneurial, fournissent des conseils, des encouragements et ravivent l'enthousiasme des porteurs de projet. Dans la même vision, FAYOLLE (2003, p. 67) affirme que « *les relations personnelles et professionnelles constituent des éléments facilitateurs et catalyseurs qui permettent à l'entrepreneur de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures* ». En synthèse, le réseau relationnel est un élément essentiel pour permettre à l'entrepreneur de concrétiser son projet, car il lui offre une gamme variée de ressources nécessaires pour évaluer la viabilité et la faisabilité de son idée initiale, ainsi que pour surmonter les obstacles entravant sa concrétisation et l'aboutissement à une création réussie.

### **1.2.1 Les éléments qui impactent le processus d'entrepreneuriat**

La majorité des définitions de l'entrepreneuriat mettent en avant la notion de reconnaissance d'opportunités. Étant donné que chaque individu détient des informations qui lui sont spécifiques, certaines opportunités seront plus accessibles à certains qu'à d'autres (Hayek, 1945). Schumpeter (1974 : 66) a caractérisé les opportunités entrepreneuriales comme « *des nouvelles combinaisons qui se manifestent dans l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle méthode de production, de l'exploitation d'un nouveau marché, de la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement et, finalement d'une nouvelle forme d'organisation industrielle* ».

#### **. Les acquis préalables**

La recherche spécialisée en entrepreneuriat met en évidence l'impact des connaissances antérieures de l'entrepreneur sur l'identification des opportunités entrepreneuriales. Cette hypothèse repose sur la valorisation de l'information, un principe auquel l'école autrichienne accorde une grande importance. Par exemple, Hayek (1945) soutient que l'entrepreneuriat découle de la quantité et de la nature de l'information détenue par un individu. En d'autres

termes, c'est l'asymétrie d'informations entre les individus qui crée des déséquilibres sur le marché et, par conséquent, donne lieu à l'émergence d'opportunités entrepreneuriales.

### **L'importance des connaissances marchées**

Cooper (1981) a souligné l'importance des connaissances dans un domaine spécifique comme l'un des principaux facteurs influençant l'identification des opportunités d'affaires. Il a été le premier à avancer que les connaissances préalables aident à tirer parti de l'expérience spécifique dans un domaine particulier. Les individus sont également orientés par les connaissances qu'ils ont déjà acquises dans leurs processus de perception, d'interprétation et d'action (Dimov, 2003). D'après ce qui précède, il semble que les entrepreneurs qui ont une connaissance limitée d'un marché ou d'un secteur risqueraient de manquer des informations importantes, de comprendre seulement partiellement ce qu'ils perçoivent et de prendre des décisions incohérentes.

### **L'influence des connaissances sur les méthodes de satisfaction des marchés**

D'après Shane (2003 : 452), « *les nouvelles informations sur une technologie donnée pourraient être complémentaires à l'information sur les manières de servir les marchés, menant la découverte d'opportunités entrepreneuriales à solliciter des informations antérieures sur ces processus* ». La capacité d'un entrepreneur à identifier une opportunité entrepreneuriale dans une nouvelle technologie est renforcée par les connaissances préalables sur la manière dont cette technologie pourrait être exploitée pour créer un nouveau produit ou service.

### **Les informations concernant les préoccupations des consommateurs**

Shepherd et DeTienne (2001 : p142) ont démontré que « *la connaissance des problèmes des consommateurs est positivement corrélée avec, d'une part, le nombre d'opportunités découvertes et, d'autre part, avec le caractère innovant des opportunités découvertes* ». Le contact direct avec les clients offre à un individu envisageant l'entrepreneuriat l'opportunité d'échanger sur les difficultés rencontrées par ces derniers lors de l'utilisation d'une technologie ou d'un produit proposé par l'entreprise pour laquelle il travaillait, ou encore lors d'une prestation de services insatisfaisante. Ces connaissances aident l'entrepreneur à envisager des solutions aux problèmes des consommateurs, qu'ils aient été clients de ses anciens employeurs ou qu'ils soient simplement des consommateurs.« *Lambda* ». Certains entrepreneurs détiennent ces informations, tandis que d'autres ne les possèdent pas (Shane, 2000). Cette

disparité dans les connaissances des problèmes des consommateurs est à l'origine de l'identification des opportunités entrepreneuriales.

### **1.2.2 Les expériences préalables des entrepreneurs**

La littérature sur l'entrepreneuriat a régulièrement souligné l'effet des expériences passées sur l'identification d'opportunités d'affaires. Ces expériences incluent à la fois les parcours professionnels et les expériences antérieures en entrepreneuriat.

#### **Le bagage professionnel**

Les expériences professionnelles antérieures fournissent à l'entrepreneur des connaissances spécifiques au marché dans lequel il évolue. Ces connaissances sont propres à chaque individu et permettent à certains entrepreneurs, mais pas à d'autres, d'identifier des opportunités en fonction des informations acquises au cours de leurs expériences professionnelles passées. Divers types d'expériences jouent un rôle dans l'identification d'opportunités entrepreneuriales.

#### **Les expériences préalables en entrepreneuriat**

Les expériences entrepreneuriales précédentes peuvent influencer de manière positive ou négative l'entrepreneur et sa capacité à identifier une opportunité entrepreneuriale. Dans une étude portant sur un échantillon d'entrepreneurs ayant déjà une expérience entrepreneuriale antérieure, Ucbasaran et al (2003) ont montré que ces individus identifiaient des opportunités d'affaires plus innovantes que ceux qui n'avaient pas d'expérience entrepreneuriale passée. Selon Manimala (1992), les connaissances acquises par les entrepreneurs à partir de leurs expériences entrepreneuriales passées orientent leur attention, leurs attentes et leur interprétation des signaux du marché. Ces expériences antérieures permettent aux entrepreneurs de développer des routines et des méthodes qui les aident à se concentrer sur la recherche d'informations pertinentes et utiles dans un domaine spécifique. La dynamique entrepreneuriale dépasse les compétences et les expériences individuelles de l'entrepreneur, se centrant également sur les réseaux sociaux (Aldrich et Zimmer, 1986). C'est ce que nous aborderons dans la section suivante.

### **1.2.3 Le réseau social et son impact sur l'entrepreneuriat**

Considéré comme un élément crucial dans l'identification d'opportunités (Hills et al., 1997), le réseau social est également une source d'informations et de ressources stratégiques pour les entrepreneurs. Le réseau personnel, propre à chaque entrepreneur, se compose généralement



de « *un ou deux amis, quelques membres clefs du personnel, un collègue d'études, un membre du groupe d'entrepreneurs, etc., soit généralement entre 8 et 9 personnes* ». Les multiples liens sociaux, ou le fait d'être connecté à un large éventail de personnes, devraient favoriser l'accès à l'information, ce qui faciliterait la découverte d'opportunités. Hills et al. (1997) soutiennent que les réseaux des entrepreneurs jouent un rôle crucial dans l'identification des opportunités. Ils s'appuient sur la force des liens faibles, qui agissent comme des "passerelles" vers des sources d'informations qui ne sont pas nécessairement accessibles via le réseau de liens forts de l'individu, comprenant notamment ses amis et sa famille. Hills et al. (1997) soutiennent que les entrepreneurs possédant de larges réseaux détectent nettement plus d'opportunités que ceux qui travaillent isolément

### **Conclusion**

En conclusion, l'examen des modèles d'intention entrepreneuriale, notamment ceux développés par Shapero et Sokol ainsi qu'Ajzen, fournit un cadre essentiel pour comprendre les processus psychologiques et comportementaux qui sous-tendent la décision de se lancer dans l'entrepreneuriat. Ces modèles mettent en évidence l'importance des facteurs personnels, contextuels et sociaux dans la formation de cette intention, tout en soulignant l'influence des perceptions individuelles et des attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat.

Le modèle de Shapero et Sokol met en avant le rôle crucial des événements déclencheurs et des compétences perçues dans le processus de prise de décision entrepreneurial, en soulignant l'importance de la perception des opportunités et de la confiance en soi dans la formation de l'intention d'entreprendre. Par ailleurs, le modèle d'Ajzen, basé sur la théorie du comportement planifié, met en lumière l'influence des attitudes, des normes subjectives et du contrôle comportemental sur la formation de cette intention entrepreneuriale. En intégrant ces diverses perspectives, les chercheurs et les praticiens peuvent obtenir une meilleure compréhension des facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale et élaborer des interventions visant à promouvoir l'entrepreneuriat. En fin de compte, l'examen des modèles de l'intention entrepreneuriale constitue une étape essentielle pour élaborer des politiques et des programmes destinés à encourager l'activité entrepreneuriale et à favoriser l'émergence d'entreprises innovantes et prospères.

## Chapitre 2: l'université et l'entrepreneuriat

---

L'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le développement économique, et il est donc primordial de former adéquatement les futurs entrepreneurs. En élargissant les programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités, nous offrons aux étudiants une préparation complète pour réussir dans le monde professionnel en prenant en charge leur propre destinée.

Pour ce faire, il est crucial d'enrichir les programmes universitaires en entrepreneuriat en proposant un équilibre entre théorie et pratique, ainsi que des opportunités d'apprentissage pratique. En exposant les étudiants à des études de cas, des simulations d'entreprise et des stages, nous favorisons le développement de compétences telles que la prise de décision, la gestion des risques et la résolution de problèmes.

En outre, une formation efficace en entrepreneuriat doit inclure des modules sur la gestion financière, la planification stratégique, le marketing et la gestion des ressources humaines, essentiels pour transformer les idées en entreprises prospères.

Élargir l'accès à une formation en entrepreneuriat favorise également la diversité et l'inclusion, en offrant des opportunités éducatives à un large éventail d'étudiants, quel que soit leur domaine d'études.

Enfin, il est crucial que ces programmes s'adaptent constamment aux évolutions du marché et aux nouvelles tendances technologiques pour garantir que les futurs entrepreneurs soient bien préparés à relever les défis et à saisir les opportunités dans un environnement en constante évolution.

Développer les programmes de formation en entrepreneuriat au sein des universités est crucial pour préparer la prochaine génération d'entrepreneurs à réussir dans le monde professionnel. En offrant une éducation complète et adaptée, nous fournissons aux étudiants les compétences nécessaires pour façonner leur propre avenir et participer activement au développement économique de leur pays.

## 2.1 Généralités sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat dépasse de loin une simple tendance contemporaine ; c'est une discipline essentielle qui contribue significativement à la prospérité nationale en générant de la valeur. Son influence s'enracine profondément dans la culture, incarnant l'esprit d'innovation et de prise de risque. Le système éducatif, notamment l'enseignement supérieur, joue un rôle fondamental dans la promotion de cette mentalité entrepreneuriale en fournissant aux étudiants les compétences, les connaissances et la motivation nécessaires pour réussir dans le monde des affaires.

### 2.1.1 Définition de l'entrepreneuriat

Le terme entrepreneuriat recouvre différentes acceptions qui méritent d'être clarifiées.

La **première vision** de l'entrepreneuriat est plutôt anglo-saxonne et fait référence à deux courants de pensée :

- L'émergence organisationnelle, emmenée par Gartner (1995), est un processus qui permet à un individu de créer une nouvelle organisation. Les conditions de cette création sont alors privilégiées.

Cette vision associe l'entrepreneuriat à la sphère économique et relègue les valeurs telles que le social et l'écologie au second plan. Vision que le programme d'indicateurs de l'entrepreneuriat OCDE-Eurostat, lancé en 2006, reprend en définissant l'entrepreneuriat « *comme le phénomène associé à l'activité entrepreneuriale, action humaine consistant à entreprendre pour générer de la valeur en créant ou en développant des activités économiques grâce à l'identification et à l'exploitation de nouveaux produits, processus ou marchés* » (OCDE, 2012, p. 9).

Une façon complémentaire d'aborder la création d'entreprise ou d'activité est de faire la distinction entre l'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat par nécessité.

L'entrepreneuriat par nécessité concerne les entrepreneurs qui décident de créer parce qu'ils ne trouvent pas d'autres solutions d'emploi (Bosma et Levie, 2009). Ils sont nombreux dans les pays en développement mais cela touche également les chômeurs et toutes les populations en difficulté qui actionnent les leviers « push » de la création (chômage, licenciement, menace de perte d'emploi). L'entrepreneuriat par opportunité renvoie aux premières définitions et concerne des personnes qui actionnent les leviers « pull » tels que l'autonomie, l'indépendance, la liberté, le statut ou la reconnaissance sociale et l'argent

**La seconde** vision est plus globale en ce sens qu'elle considère l'entrepreneuriat « *Comme un mode de comportement, à la fois complexe et multidimensionnel* » (Madaoui, 2004) qui s'inscrit dans un processus et dans une relation dialogique individu (seul ou en équipe) /création de valeur, inscrite dans un environnement et dans un espace temporel. Dans ce dernier cas, il s'agit de manières particulières de concevoir les choses, en prenant des initiatives et en agissant ; de se comporter avec la volonté d'essayer de nouvelles choses ou de les faire différemment, simplement parce qu'il existe une possibilité de changement. Il s'agit aussi du souhait de développer une capacité à composer avec le changement et d'expérimenter des idées et agir avec ouverture et flexibilité.

En un mot, ces deux visions renvoient pour la première à « **l'esprit d'entreprise** » (souvent associé à la création ou la reprise d'entreprise, sans oublier l'extrapreneuriat) et à « **l'esprit entrepreneurial** » ou « **esprit d'entreprendre** » pour la seconde.

L'esprit entrepreneurial peut s'exprimer dans des situations d'entreprise et dans sa vie de salarié (via l'intrapreneuriat dans des entreprises existantes ou dans des entreprises familiales) ; mais aussi en dehors de l'entreprise dans sa vie de tous les jours en tant que citoyen (dans des associations ou en tant qu'auto-entrepreneur par exemple).

Ces deux visions sont complémentaires en ce sens qu'elles forment un continuum dans lequel la création n'est que la partie visible. C'est la raison pour laquelle l'entrepreneuriat dans ce livre est envisagé dans sa conception la plus large, à savoir un comportement entrepreneurial fondé sur un esprit entrepreneurial et un processus de création d'entreprises.

## **2.2 Entrepreneuriat en Algérie**

L'entrepreneur joue un rôle essentiel dans la société en tant qu'innovateur et créateur, dirigeant l'activité économique, créant de la richesse et possédant des entreprises. Son esprit entrepreneurial se reflète à travers plusieurs caractéristiques personnelles, telles que l'autonomie, l'indépendance, le courage dans la gestion des risques, une capacité décisionnelle affirmée et une passion pour atteindre le succès.

L'État accorde une importance capitale à l'entrepreneur en le positionnant comme le moteur principal du développement dans sa nouvelle orientation politique, le plaçant ainsi au centre des réflexions pour l'élaboration des politiques de développement. Pour stimuler l'activité entrepreneuriale, plusieurs agences et structures de soutien ont été créées, telles que l'ANDI, l'ANGEM, la CNAC et l'ANSEJ. Ces entités s'engagent à encourager les jeunes aspirant à créer leur propre entreprise tout en renforçant les activités des entrepreneurs déjà établis.

En plus de ces agences, une instance appelée l'ANDPME a été mise en place pour superviser la modernisation des entreprises. Parallèlement, deux organismes ont été créés pour garantir les crédits accordés aux PME : le FGAR et la CGCIPME, facilitant ainsi le suivi de leurs projets, comme indiqué dans l'étude de KOURAICHE (2018).

### **2.2.1 Classification des entrepreneurs en Algérie**

Dans son livre publié en 2008, Mohamed Madoui se réfère à une étude réalisée auprès de cinquante entrepreneurs opérant dans divers secteurs d'activité de la région d'Alger et de Kabylie. Cette recherche identifie quatre principaux profils d'entrepreneurs, définis par leurs parcours socio-professionnels uniques et leurs motivations distinctes à créer et à gérer une entreprise.

#### **2.2.1.1 Les entrepreneurs en reconversion**

Cette catégorie comprend les anciens employés et cadres du secteur public, comme les directeurs, les gestionnaires et les ingénieurs, qui ont choisi de se tourner vers le secteur privé dans les années 1990 en lançant leurs propres entreprises, seuls ou avec des partenaires investisseurs (amis ou famille). Ces entrepreneurs, souvent âgés de plus de cinquante ans, ont un niveau d'éducation élevé, typiquement un diplôme de baccalauréat ou supérieur, obtenu principalement dans des domaines techniques. Ils ont aussi bénéficié de formations avancées continues et disposent d'un réseau de contacts bénéfique pour leur démarche entrepreneuriale. Leurs principales motivations résident fréquemment dans la possibilité de réaliser des profits financiers et de sortir du cadre « *routinier* » et « *trop hiérarchisé* » de la fonction publique.

#### **2.2.1.2 Les entrepreneurs contraints**

Pour ces entrepreneurs, lancer leur propre entreprise est souvent vu comme une échappatoire au chômage et à l'instabilité économique résultant de la transition vers un marché libre. Poussés par la nécessité, suite à des licenciements ou de longues périodes sans emploi, ils se tournent vers le secteur privé. Cette démarche est particulièrement présente chez ceux qui se retrouvent marginalisés sur le marché du travail en raison de leur âge avancé (entre 45 et 50 ans). En réponse, ils créent des entreprises dans des domaines qui diffèrent grandement de leur ancienne profession ou spécialité, tels que la construction, les transports en commun ou la quincaillerie.

### **2.2.1.3 Les entrepreneurs migrants**

Ce groupe d'entrepreneurs se caractérise par une expérience prolongée en France où ils ont travaillé comme commerçants, employés ou ouvriers. Leur retour en Algérie pour y fonder une entreprise est motivé par les nouvelles législations favorables au secteur privé, qui marquent une rupture avec les pratiques socialistes antérieures. Dans certains cas, ces jeunes entrepreneurs ont pu lancer leur entreprise grâce au soutien financier de proches déjà établis en France ou dans d'autres pays comme les États-Unis ou le Canada.

Dans ce cas, il s'agit de jeunes qui ont quitté l'Algérie pour poursuivre leurs études à l'étranger et qui ont décidé d'y rester après avoir obtenu leur diplôme.

### **2.2.1.4 Les entrepreneurs héritiers**

Ces entrepreneurs appartiennent à des familles ayant une tradition entrepreneuriale établie, souvent transmise de génération en génération. On distingue deux catégories principales de dirigeants dans ces entreprises familiales. La première regroupe ceux qui ont pris la direction de l'entreprise vers 40 ou 50 ans après avoir commencé à y travailler dès leur jeunesse. Leur éducation est généralement limitée et leur principal objectif est de poursuivre l'activité familiale et de conserver les traditions. La seconde catégorie comprend des jeunes dirigeants, âgés de 25 à 30 ans, qui ont hérité ou repris l'entreprise familiale, avec un niveau d'éducation supérieur, souvent titulaires d'un diplôme universitaire de niveau Bac+3 ou plus, comme le rapporte l'étude de Madaoui (2008).

## **2.2.2 Les attributs de l'entrepreneur en Algérie**

Il est reconnu que les caractéristiques personnelles des fondateurs peuvent grandement influencer le succès d'une entreprise privée. Une étude mentionnée pourrait faire référence aux travaux de recherche sur l'entrepreneuriat réalisée en Algérie a exploré cette notion en examinant les entrepreneurs, leur environnement, leur parcours socio-professionnel, leur capacité d'innovation, leur évolution et les diverses ressources et contraintes auxquelles ils font face. Ces facteurs sont intimement liés aux schémas de développement de la société où ces entrepreneurs opèrent. Anne Gillet met en lumière cette interaction réciproque entre la société, l'entreprise et l'entrepreneur, qui ensemble, façonnent un processus entrepreneurial distinct.

Suite à la libéralisation économique débutée en 1990, l'Algérie a vu un essor significatif dans la création de PME, reflétant un changement dans la mentalité des entrepreneurs algériens, particulièrement ceux ayant occupé des postes de direction dans de grandes entreprises

publiques. Anne Gillet identifie deux profils principaux d'entrepreneurs : les "anciens" et les "nouveaux". Les nouveaux entrepreneurs se distinguent par un haut niveau d'éducation, ayant souvent servi en tant que cadres dans le secteur public et détenteurs d'un diplôme de niveau baccalauréat ou supérieur, typiquement dans des domaines techniques. Par contraste, les entrepreneurs de l'ancienne génération présentent des niveaux d'éducation plus bas, se limitant fréquemment à l'enseignement primaire ou moyen.

### **2.2.3 Les paradigmes de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un processus dynamique qui implique la recherche, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, ainsi que la création de nouvelles organisations. C'est aussi une activité axée sur la création de valeur, où la présence d'un entrepreneur est indispensable pour transformer ces opportunités en résultats tangibles, lesquels sont à leur tour vitaux pour la pérennité même de l'entrepreneur. L'innovation joue un rôle central à la fois dans le fonctionnement de l'entreprise et dans celui de l'entrepreneur.

#### **2.2.3.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaires**

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, le concept d'opportunité occupe une place centrale dans la recherche. Les défenseurs de cette approche définissent l'entrepreneuriat comme la recherche et la reconnaissance d'opportunités commerciales susceptibles de générer de la valeur. Ainsi, des auteurs tels que SHAN et VENKATERAMAN (2000), parmi les plus cités, décrivent l'entrepreneuriat comme le "processus par lequel des opportunités de créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées par des individus". Cette définition met en évidence trois étapes fondamentales dans l'évolution du phénomène entrepreneurial : la découverte, l'évaluation et l'exploitation de l'opportunité. Tout aspirant entrepreneur doit être en mesure de traverser ces différentes étapes. Pour TIMMONS(1978), entreprendre implique un état cognitif qui pousse une personne à agir en fonction du type d'action nécessaire pour concrétiser une idée et reconnaître ou créer des opportunités commerciales.

Cependant, selon ALAIN FAYOLLE (2003), l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité plutôt que d'être le point de départ à découvrir dans ce processus.

De même, Koning et Muzyka (1996) mettent en avant le fait que l'opportunité est essentiellement une nouvelle information bénéfique à laquelle un individu accède sous deux conditions. Premièrement, il doit disposer de connaissances antérieures complémentaires à

cette information, lui permettant ainsi de la détecter. Deuxièmement, il doit posséder certaines capacités cognitives lui permettant d'évaluer cette information. La possession de cette information engendre une perspective entrepreneuriale : un projet visant à exploiter cette opportunité.

### **2.2.3.2 Le Paradigme de création d'organisation**

Selon cette perspective, l'entrepreneuriat est défini comme le processus qui mène à la naissance d'une nouvelle organisation, impliquant la création et la structuration de nouvelles activités.

GARTNER (2003), reconnu comme un leader dans ce domaine, soutient que l'émergence d'une nouvelle organisation est le résultat d'un processus d'émergence organisationnelle. Cette nouvelle entité est caractérisée par quatre dimensions : l'environnement, l'individu, l'entreprise et le processus entrepreneurial. Pour VERSTRAET (2003), "l'entrepreneuriat est considéré comme un phénomène conduisant à la formation d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion". L'utilisation du terme "impulsion" au lieu de "création d'organisation" par cet auteur met en lumière l'idée d'un déclenchement dynamique et évolutif du développement d'une activité ou d'une entreprise.

### **2.2.3.3 Le paradigme de création de valeur**

Les chercheurs associés à ce cadre conceptuel considèrent l'entrepreneuriat comme un moteur de création de richesse et d'emplois pour la société. Ainsi, l'entrepreneuriat est enraciné dans la relation dynamique entre l'individu et la génération de valeur.

Dans cette optique, l'objet scientifique étudié dans le domaine de l'entrepreneuriat est la relation entre l'individu et la création de valeur. Il est démontré que "l'individu est une condition essentielle à la création de valeur, car il en détermine les modalités de production et l'ampleur... Il joue un rôle central dans ce processus". Cette relation entre l'individu et la création de valeur s'inscrit dans une dynamique de changement où l'individu est à la fois l'acteur de la création de valeur, en déterminant ses modalités, et le sujet de cette création de valeur, qui peut, à travers ses projets ou ses structures, le façonner et modifier ses caractéristiques telles que les compétences, les valeurs et les attitudes.

### **2.2.3.4 Paradigme de l'innovation**

L'innovation est fondamentale pour l'entrepreneuriat car elle nécessite des idées nouvelles pour créer de nouveaux produits ou services, ou pour réorganiser une entreprise existante. Elle

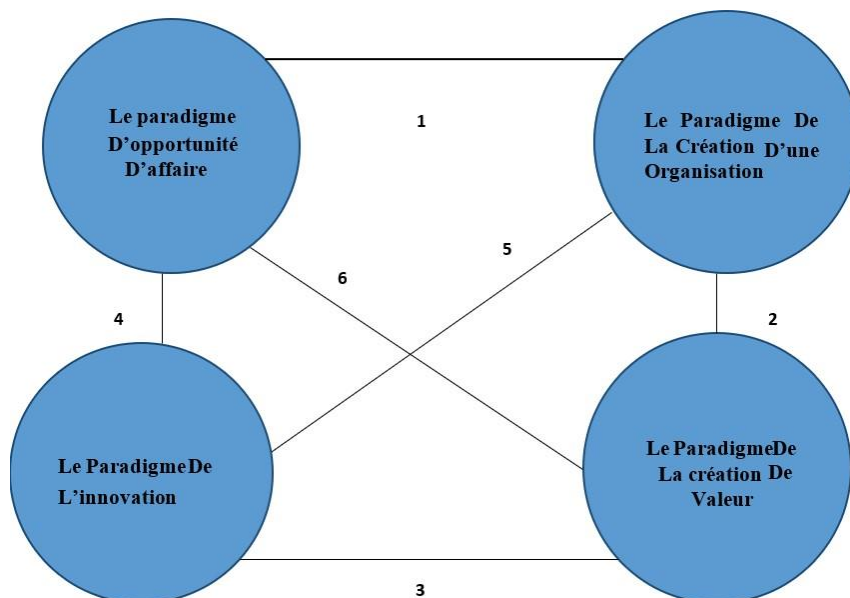


implique la création d'entreprises différentes de celles déjà existantes, la découverte ou la transformation de produits, ainsi que l'introduction de nouvelles approches de la production, de la distribution ou de la vente. L'innovation peut prendre des formes technologiques ou organisationnelles, et peut être radicale, systématique, sporadique ou globale. Elle joue un rôle crucial en plaçant l'entrepreneur comme moteur du développement économique

### Le lien entre les quatre paradigmes

Analyser les interrelations entre les divers paradigmes n'est pas une entreprise simple. Gartner souligne que le concept d'entrepreneuriat est étroitement lié aux paradigmes de la création d'organisation, de l'innovation, de la création de valeur et de l'opportunité. Pour illustrer cette notion de connexions entre ces paradigmes, nous avons élaboré un schéma simplifié.

**Figure 5 : Répartition des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat**



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

VERSTRAETE et FAYOLLE ont identifié six relations interdépendantes :

- Lien 1 : Pour exploiter une opportunité d'affaires, une organisation est nécessaire, que ce soit sous forme de processus ou de résultats, car les différentes ressources convergent vers cette organisation.
- Lien 2 : Une organisation ne peut subsister et maintenir le statut de l'entrepreneur sans fournir à ses parties prenantes la valeur attendue, qui constitue la source des ressources nécessaires à son fonctionnement.
- Lien 3 : La création de nouvelle valeur et l'innovation sont étroitement liées, car toute innovation réussie constitue une source de valeur nouvelle. Cependant, la création de valeur nouvelle ne dépend pas exclusivement de l'innovation, mais est également associée à la création d'avantages concurrentiels durables.
- Lien 4 : Les opportunités découlant de l'innovation peuvent entraîner une nouvelle croissance, car une innovation peut créer une opportunité sur le marché, tel que le lancement d'un nouveau produit ou service.
- Lien 5 : Toute exploitation d'une innovation, tout comme d'une opportunité, nécessite une organisation. De plus, l'existence d'une organisation favorise les interactions créatives nécessaires à l'innovation.
- Lien 6 : Une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de générer de la valeur, au moins pour celui qui l'a identifiée. Cette identification peut impliquer la détection, la création ou la combinaison des deux.

### **2.3 Le rôle de la formation universitaire dans l'intention entrepreneuriale**

La formation entrepreneuriale vise à renforcer les compétences et la capacité des apprenants à concrétiser des idées novatrices en projets entrepreneuriaux. Elle représente une compétence fondamentale, favorisant non seulement le développement personnel, mais également l'engagement civique, l'intégration sociale et les perspectives d'emploi. Cette formation embrasse l'ensemble du parcours éducatif, en intégrant toutes les disciplines et méthodes d'enseignement et d'apprentissage, qu'elles soient formelles, informelles ou non formelles. Son objectif est de promouvoir une mentalité et des actions entrepreneuriales, qu'elles visent ou non un profit financier.

### 2.3.1 Définition de la formation entrepreneuriale

La formation entrepreneuriale enseigne aux étudiants toutes les compétences essentielles à l'entrepreneuriat et à la gestion d'une entreprise. Selon la Commission européenne, la formation à l'entrepreneuriat vise à renforcer les compétences des apprenants et leur capacité à concrétiser des idées novatrices en actions entrepreneuriales. Cette compétence fondamentale pour tous les apprenants favorise leur développement personnel, leur engagement citoyen, leur intégration sociale et leur employabilité. Elle englobe l'ensemble du processus éducatif tout au long de la vie, quel que soit le domaine d'étude ou la forme d'apprentissage (formel, non formel ou informel), en encourageant un esprit d'entreprise et un comportement entrepreneurial, qu'ils soient orientés vers le domaine commercial ou non.

La définition européenne commune de l'esprit d'entreprise comme compétence clé présente deux aspects importants. Tout d'abord, elle souligne que l'acquisition d'attitudes, de compétences et de connaissances entrepreneuriales doit permettre à une personne de concrétiser des idées en actions. Ensuite, elle met en avant le fait que l'esprit d'entreprise ne se limite pas aux activités économiques et à la création d'entreprises, mais qu'il s'étend à tous les aspects de la vie et de la société. Ainsi, l'innovation et la créativité peuvent être mises en œuvre tant dans le cadre de nouvelles entreprises qu'au sein d'organisations déjà établies, ce que l'on appelle « *l'activité intrapreneuriale* ». Au Royaume-Uni, en Angleterre plus précisément, on préfère utiliser l'expression « éducation à l'entreprise » plutôt que « formation à l'entrepreneuriat ». Cette approche englobe un large éventail de compétences et d'aptitudes qui favorisent le développement d'un esprit d'entreprise, sans se limiter à la simple création d'entreprises ou à la promotion d'une économie plus entrepreneuriale. L'accent est mis sur l'encouragement de l'intention et de la capacité entrepreneuriale chez les individus. Au Pays de Galles, les deux termes, « éducation à l'entreprise » et « formation à l'entrepreneuriat », sont utilisés. La formation à l'entrepreneuriat vise spécifiquement à aider les jeunes à adopter une attitude positive et proactive et à réussir dans leur vie professionnelle et personnelle.

En Communauté flamande de Belgique, l'accent est mis sur la notion de « valeur ajoutée pour chaque individu dans sa vie quotidienne, à la maison et dans la société », tandis qu'à Malte, la définition met en avant les « compétences pour la vie ». En Autriche, le modèle TRIO de formation à l'entrepreneuriat est utilisé. En examinant les acquis d'apprentissage associés à la formation à l'entrepreneuriat dans les programmes scolaires européens, des données sont également collectées sur la manière dont ces acquis sont organisés pour garantir une continuité et une progression.

La formation à l'entrepreneuriat, en tant que compétence clé, est intégrée dans un processus d'apprentissage continu tout au long de la vie, impliquant des compétences transversales. Par conséquent, les acquis d'apprentissage doivent être organisés de manière horizontale, à travers l'ensemble du curriculum scolaire, et verticale, assurant ainsi une progression cohérente à travers les différents niveaux d'éducation.

La plupart des définitions nationales reflètent une compréhension similaire de la formation à l'entrepreneuriat par rapport à la définition européenne de la compétence clé. Elles reconnaissent que le rôle et la finalité de cette formation ne se limitent pas au contexte professionnel et commercial, mais s'étendent également au contexte plus général de la vie d'une personne. Pour Fayolle, « *l'enseignement de l'entrepreneuriat correspond à l'ensemble des actions de sensibilisation, de stimulation, de formation et d'accompagnement des apprenants qui concourent tout aussi bien à les faire évoluer sur les registres culturel et comportemental qu'à leur transmettre des connaissances et des savoirs utiles pour leur projet de création* » (Fayolle A. , 2004).

### **2.3.2 L'influence de la formation entrepreneuriale dans l'intention à entreprendre**

Les programmes de formation à l'entrepreneuriat visent principalement à sensibiliser les étudiants et à leur faire prendre conscience que l'entrepreneuriat est une option de carrière viable. Cette sensibilisation cherche à encourager les étudiants à réfléchir aux valeurs, attitudes et motivations des entrepreneurs, et à susciter en eux le désir d'entreprendre. L'efficacité de cette sensibilisation peut être évaluée à travers les changements observés dans les attitudes, les perceptions et les intentions des étudiants. Dans cette perspective, l'intention d'entreprendre est considérée comme la première étape d'un processus progressif et prolongé qui peut éventuellement aboutir à un comportement entrepreneurial. Moreau et Ravel ont proposé un modèle en trois phases pour comprendre comment l'intention entrepreneuriale émerge et varie. Ce modèle comprend l'identification du métier d'entrepreneur, la relation avec les tâches entrepreneuriales, le plaisir et les avantages associés, ainsi qu'un processus continu de renforcement de cette intention entrepreneuriale.

L'enseignement de l'entrepreneuriat joue un rôle essentiel dans les deux premières étapes de l'émergence et du développement de l'intention entrepreneuriale. Il permet à l'étudiant de découvrir les possibilités d'entreprendre et d'acquérir au moins une compréhension de base de l'entrepreneuriat ainsi que des tâches impliquées dans le processus entrepreneurial. Selon Fayolle et Al, même si un programme d'enseignement en entrepreneuriat se concentre

principalement sur la sensibilisation des étudiants à l'entrepreneuriat, il devrait avoir un effet positif à court terme sur leur intention d'entreprendre. Fayolle a exploré l'utilisation de la théorie du comportement planifié comme outil précieux pour évaluer les programmes et formations en entrepreneuriat, étant donné la diversité et la complexité des défis rencontrés lors de ces processus d'évaluation.

Les études ont montré que l'enseignement de l'entrepreneuriat renforce des caractéristiques psychologiques telles que le besoin d'accomplissement, le locus de contrôle et l'efficacité personnelle perçue, ce qui augmente la probabilité pour les individus d'entreprendre dans un avenir proche. Cependant, les chercheurs ont moins focalisé leur attention sur les méthodes pédagogiques et les contenus des programmes. Malgré cela, pour préparer les étudiants à une carrière entrepreneuriale, les stages et l'apprentissage ont été jugés plus efficaces que d'autres approches. Les évolutions économiques, sociales et technologiques posent de nouveaux défis au système éducatif. Enfin, l'auteur a développé un instrument de mesure dynamique en utilisant la théorie du comportement planifié pour évaluer les programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat. Ce cadre d'évaluation établit des liens entre les variables indépendantes liées à l'éducation et à la formation, ainsi qu'à leur environnement, et les variables dépendantes telles que les attitudes et l'intention d'agir. Les intentions entrepreneuriales sont déterminées par des facteurs qui peuvent évoluer au fil du temps... Les cours d'entrepreneuriat, les programmes de formation sur la gestion des petites et moyennes entreprises ou encore sur les réseaux, visant le changement des valeurs, des attitudes et des normes sociales sont susceptibles d'avoir un impact positif.

Dans une étude similaire, l'effet de la formation en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale et l'efficacité personnelle perçue. Les résultats ont partiellement confirmé l'idée selon laquelle les diplômés en entrepreneuriat avaient une intention plus prononcée de créer une entreprise et une perception plus élevée de leur efficacité personnelle par rapport aux étudiants issus d'autres filières.

Cette définition met en évidence le rôle influent de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale et ses fondements. Ainsi, le système éducatif revêt une importance capitale dans le développement des valeurs et peut contribuer à susciter et à cultiver des aspirations et des traits entrepreneuriaux chez les jeunes.

L'enseignement et la formation en entrepreneuriat semblent exercer une influence significative sur l'intention entrepreneuriale. En d'autres termes, on observe des différences

notables entre les étudiants ayant suivi des cours ou des programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat et ceux qui ne l'ont pas fait. La formation et la sensibilisation à l'entrepreneuriat influent sur la perception de l'attrait et de la faisabilité de l'entrepreneuriat, des facteurs qui précèdent l'intention d'entreprendre.

### **2.3.3 Les contenus des enseignements et les dimensions qui les structurent**

En nous basant sur les analyses de Manimala (1992), nous identifions trois dimensions principales pour orienter et structurer les contenus.

\*Dimension pratique : Cette dimension concerne un domaine de connaissances très appliquées, principalement axé sur le savoir-faire et secondairement sur le savoir. Ces connaissances pratiques ou opérationnelles portent sur trois aspects :

Savoir quoi : Il s'agit de savoir quoi faire pour prendre des décisions et agir dans diverses situations. Par exemple, comprendre les étapes nécessaires pour créer une entreprise technologique, évaluer une opportunité, ou réaliser une étude de marché.

Savoir comment : Cela englobe les compétences pratiques pour savoir comment aborder différentes situations. Par exemple, savoir évaluer l'adéquation entre un projet et ses propres compétences et expériences, identifier et gérer les risques, etc.

Savoir qui : Il s'agit de connaître les réseaux et les personnes qui peuvent être utiles dans différentes situations. Par exemple, être capable d'identifier les acteurs clés dans le domaine de la création d'entreprises dans un secteur spécifique comme les biotechnologies, trouver des investisseurs potentiels tels que les sociétés de capital-risque, les Business Angels, ou les plateformes de financement participatif (crowdfunding) pour un projet donné, etc.

\* Dimension théorique : Cette dimension s'inscrit dans le domaine du savoir et vise à transmettre des connaissances théoriques sur les effets et les impacts de l'entrepreneuriat, ainsi que sur d'autres aspects relatifs au phénomène et aux processus. Par exemple, les théories psychosociales et les modèles d'intention peuvent éclairer les processus d'émergence de l'intention et de l'engagement dans un processus entrepreneurial.

\*Dimension spirituelle : Cette dimension se rapporte principalement au savoir-être. Les contenus portent sur deux aspects principaux :

- Savoir pourquoi : Il s'agit d'explorer les déterminants des comportements humains et de l'action, y compris les attitudes, les valeurs et les motivations des entrepreneurs. Les témoignages d'entrepreneurs, avec des situations et des niveaux de performance

variés, peuvent être des moyens efficaces de transmettre ce type de contenu, complétés par des retours d'expérience et des discussions avec le professeur.

- **Savoir quand** : Cette dimension aborde des questions cruciales telles que le bon moment pour se lancer, la meilleure situation en fonction du profil individuel, ou encore l'adéquation d'un projet avec les aspirations de l'entrepreneur. Les études de cas, les expériences d'entrepreneurs, les interviews d'experts et de professionnels peuvent être des moyens efficaces pour assimiler ces aspects. En somme, un enseignement réussi en entrepreneuriat devrait aider les individus à se positionner temporellement et spatialement par rapport au phénomène entrepreneurial, en identifiant les moments propices pour s'engager et les situations qui correspondent à leur profil d'entrepreneur. La relation de l'université et la formation en entrepreneuriat

Au cours des dernières décennies, le nombre de programmes de formation en entrepreneuriat a considérablement augmenté, tant en Amérique du Nord qu'en Europe. Par exemple, en 1995, environ 400 universités américaines proposaient des programmes d'enseignement en entrepreneuriat, contre seulement une quinzaine en 1970 (Gartner, Carter et Hills, 2003). Ce chiffre a encore augmenté, avec plus de 1600 institutions offrant des cours en entrepreneuriat en 2005. En Europe, le développement de la formation en entrepreneuriat a été plus tardif, émergeant surtout dans les années 90. Actuellement, le développement des compétences entrepreneuriales est devenu une priorité pour les décideurs européens.

### **Les étapes de l'émergence à l'entrepreneuriat : intégration et développement des compétences universitaires"**

**\*Pré-relation** : Absence de l'entrepreneuriat au sein des universités.

**\*Initialisation** : La conscience des limites de l'intégration des formations entrepreneuriales au sein des universités.

**\*Valorisation** : une rénovation par rapport aux missions attribuées à l'université, le passage de l'aspect scientifique à l'aspect industriel et la mise en œuvre des moyens pour valoriser la recherche scientifique.

**\*Intégration** : l'accompagnement des porteurs de projet afin de concrétiser ce dernier. D'une autre part, avant la seconde guerre mondiale, les libéraux considéraient l'esprit d'entreprise comme un don inné et difficile de l'associer avec l'apprentissage.

L'approche axée sur les traits cherche à répondre à une question fondamentale : l'entrepreneuriat est-il inné, c'est-à-dire une caractéristique avec laquelle on naît, ou est-il acquis, c'est-à-dire qu'on le développe au fil du temps ?

Les experts de ce domaine se sont penchés sur le profil de l'entrepreneur et ses traits personnels. Dans le même contexte, Ozgen (2003) a soulevé des interrogations concernant la possibilité d'enseigner l'entrepreneuriat à tout individu.

Verstraete (2003) a observé que certaines compétences requises pour l'entrepreneuriat semblent être innées pour certaines personnes, tandis que d'autres doivent être acquises par l'apprentissage.

### **Conclusion :**

L'expansion des programmes de formation en entrepreneuriat à l'université revêt une importance capitale pour préparer efficacement les futurs entrepreneurs à réussir dans un environnement professionnel en constante évolution. En fournissant un mélange équilibré de connaissances théoriques et pratiques, ces programmes permettent aux étudiants d'acquérir les compétences essentielles pour créer et gérer une entreprise avec succès. De plus, cette extension favorise la diversité et l'inclusion en offrant des opportunités éducatives à un large éventail d'étudiants, enrichissant ainsi le paysage entrepreneurial grâce à des perspectives uniques et à des idées novatrices. En conclusion, l'élargissement des programmes de formation en entrepreneuriat à l'université représente un investissement crucial dans l'avenir économique et social en formant une nouvelle génération d'entrepreneurs prêts à relever les défis et à saisir les opportunités de demain.



# **Chapitre 3 : analyse des facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : approche descriptive**

---

L'objectif de ce chapitre est d'apporter des éléments de réponse à la problématique posée. Il convient de rappeler que notre travail vise à comprendre les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. L'analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants nécessite donc d'analyser les facteurs qui la déterminent, ainsi que l'influence des programmes ou des formations en entrepreneuriat sur cette intention.

Avant de présenter les résultats de cette analyse, nous commencerons par décrire, en premier lieu, le contexte de l'enquête réalisée à l'Université de Bejaia ainsi que la méthodologie adoptée. Ensuite, nous consacrerons un deuxième point à la présentation des principaux résultats de l'enquête de terrain, suivis des interprétations nécessaires pour confirmer ou nuancer nos hypothèses de départ.

## **3.1 Méthodologie de la recherche**

Dans cette section, nous allons détailler notre approche envers l'enquête, décrivant son processus, la construction et le contenu du questionnaire, ainsi que les caractéristiques de l'échantillon étudié. Nous aborderons également les défis rencontrés lors de la collecte et de l'analyse des données.

### **3.1.1 Le choix méthodologique**

Pour étudier les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia, une approche quantitative a été adoptée. Cette méthodologie est particulièrement adaptée pour analyser les tendances, les corrélations et les relations causales entre les variables d'intérêt à partir de données collectées auprès d'un échantillon représentatif.

L'utilisation du questionnaire comme outil principal pour mener cette enquête sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Bejaia présente plusieurs avantages significatifs :

- **Efficacité et Rapidité** : Les questionnaires permettent de recueillir un grand nombre de réponses en un temps relativement court, facilitant ainsi la collecte de données à grande échelle.
- **Uniformité et Standardisation** : Grâce à une structure standardisée, les questionnaires assurent une uniformité dans les réponses, ce qui simplifie l'analyse statistique et permet de comparer les résultats de manière cohérente.
- **Accessibilité** : Les questionnaires peuvent être facilement distribués et récupérés, notamment dans un environnement universitaire où les étudiants sont souvent disponibles et facilement accessibles.
- **Confidentialité et Anonymat** : Les répondants peuvent remplir les questionnaires de manière anonyme, ce qui peut encourager une plus grande honnêteté et ouverture dans leurs réponses, en particulier sur des sujets sensibles comme leurs intentions et motivations personnelles.
- **Coût-efficacité** : Par rapport à d'autres méthodes de collecte de données comme les entretiens ou les groupes de discussion, les questionnaires sont souvent moins coûteux en termes de temps et de ressources financières.

### 3.1.2 Analyse des données

Les données recueillies via les questionnaires ont été saisies et analysées à l'aide de logiciels statistiques tels que SPSS. Les analyses comprennent des statistiques descriptives pour résumer les caractéristiques de l'échantillon ainsi que des tests statistiques pour examiner les relations entre la formation universitaire et les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cette méthodologie rigoureuse nous permet de tirer des conclusions fiables sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia, offrant ainsi des perspectives importantes pour les décideurs éducatifs et les développeurs de programmes universitaires.

### 3.1.3 Échantillonnage

L'échantillonnage pour cette étude a suivi une méthode non probabiliste, spécifiquement l'échantillonnage de convenance. Bien que cette méthode présente certaines limites en termes de généralisation des résultats, elle était appropriée dans le contexte de cette recherche en raison des contraintes de temps et des ressources disponibles. En termes de diversité Académique et Perspective Multidisciplinaire nous avons :

- **Faculté SECG** : Les étudiants de cette faculté reçoivent une formation en économie, gestion, finance et commerce. Cette formation inclut souvent des cours sur l'entrepreneuriat, la gestion de projet et la création d'entreprise, ce qui peut directement influencer leur intention entrepreneuriale. Leur exposition aux concepts économiques et commerciaux les rend particulièrement pertinents pour une étude sur l'entrepreneuriat.
- **Faculté de Droit** : Les étudiants en droit ont une compréhension approfondie des aspects juridiques et réglementaires liés à la création et à la gestion d'une entreprise. Leur perspective est essentielle pour évaluer l'impact des cadres légaux sur l'intention entrepreneuriale. La connaissance des lois et des réglementations peut également influencer leur perception des risques et des opportunités entrepreneuriales.
- **Faculté des Sciences Humaines** : Les étudiants de cette faculté étudient des disciplines telles que la psychologie, la sociologie, l'anthropologie et la philosophie. Ces disciplines permettent d'explorer les motivations psychologiques, les influences socioculturelles et les attitudes personnelles envers l'entrepreneuriat. Leur perspective aide à comprendre les facteurs non économiques qui peuvent influencer l'intention de créer une entreprise.

En incluant des étudiants de différentes facultés, l'étude bénéficie d'un échantillon diversifié qui est plus représentatif de la population étudiante de l'université. Cela permet de généraliser les résultats et de tirer des conclusions valables pour un large éventail de disciplines. La diversité des facultés permet d'observer si les déterminants de l'intention entrepreneuriale varient en fonction du domaine d'études. Cette variation est cruciale pour identifier des tendances spécifiques à chaque groupe et pour formuler des recommandations ciblées.

Il est hypothétique que les étudiants de différentes facultés puissent avoir des intentions entrepreneuriales influencées par différents facteurs. Par exemple, les étudiants en SECG pourraient être plus motivés par des facteurs économiques, ceux en Droit par la sécurité juridique, et ceux en Sciences Humaines par des motivations psychosociales.

#### **3.1.4 La taille de l'échantillon de l'enquête**

Nous avons distribué 200 questionnaires, suite aux questions testées nous avons éliminé 19 questionnaires

**Tableau 1 : la taille de l'échantillon de l'enquête**

	Nombre d'étudiants dans l'échantillon	Taux %
Récupérés	196	88,50%
Non récupérés	4	11,50%
Distribués	200	100%
Exploitable	177	85,00%
Non exploitable	19	15,00%
Total	200	100%

L'enquête montre un taux de récupération exceptionnel de 98%, avec 88,50% des réponses exploitables, ce qui assure une forte représentativité et fiabilité des données recueillies. Les quelques questionnaires non récupérés (2%) et non exploitables (11,50%) n'affectent pas significativement la qualité globale de l'échantillon.

car la majorité des réponses sont utilisables et reflètent bien l'opinion des étudiants.

**Source** : compilé par nous à partir des données de l'enquête

### **3.1.5 Les questions testées sont les suivantes**

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

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

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

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

=> **4-** Faculté

**22.** Suivez-vous une formation en entrepreneuriat ?

## 3.2 Analyse du contenu du questionnaire

### 3.2.1 Le sexe

**Tableau 2 : Votre sexe**

Votre sexe	
Masculin	Féminin
Nombre	Nombre
78	99

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Le tableau présenté illustre la répartition des sexes au sein d'un échantillon de population composé de **177** individus. On observe une prédominance féminine avec 55,93 % de femmes, contre 44,07 % d'hommes.

### 3.2.2 La spécialité

**Tableau 3 : Votre faculté**

Votre faculté			
SECG	Langues étrangères	Droit	Sciences humaines et sociales
Nombre	Nombre	Nombre	Nombre
64	0	28	85

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Le tableau illustre la répartition des étudiants par faculté, mettant en évidence une concentration significative dans les domaines des Sciences humaines et sociales (48,02 %) ainsi que dans ceux des Sciences économiques et de gestion (48,02%). Aucun étudiant ne semble être inscrit à la faculté de Langues étrangères selon cet échantillon.

### 3.2.3 Les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale

**Tableau 4 : Votre sexe \* Votre spécialité \* Avez-vous l'intention d'entreprendre ?**

			T o Votre spécialité tal													
logie du d'entreprendre? travail	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	psych masc ulin fémi nin	Entrep reneur		Man agem ent		S O T		orthop honie		scienc e de l'infor mation et comm uncati on		financ e compt abilité		droi t priv publi c	
			iat	H	MR	EMB	ent	T	GRH	on	on	on	on	on	on	on
Tout à fait d'accor d	Votre sexe	masc ulin	0	0			7	0			0	7	0	14	7	35
		fémi nin	8	7			7	7			7	7	7	0	0	50
		Total	8	7			14	7			7	14	7	14	7	85
Plutôt d'accor d	Votre sexe	masc ulin	15					7			7					29
		femi nin	14					0			0					14
		Total	29					7			7					43
D'accor d	Votre sexe	masc ulin				7	0		0	0				7		14

		femi nin				0		14	14	7			0		35	
		Total				7		14	14	7			7		49	
Total	Votre sexe	masc ulin	15	0	0	7	7	0	7	0	0	14	0	21	7	78
		femi nin	14	8	7	0	7	21	0	14	14	7	7	0	0	99
		Total	29	8	7	7	14	21	7	14	14	21	7	21	7	<b>177</b>

**Source :** Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

D'après l'échantillon de notre enquête qui comprend 99 femmes et 78 hommes, nous observons que les femmes semblent être plus enclines à envisager l'entrepreneuriat que les hommes. Cette tendance se dégage des résultats obtenus dans le tableau croisé, où l'intention d'entreprendre des étudiantes est plus élevée que celle des étudiants.

De plus, les résultats de ce tableau révèlent que les étudiants des spécialités liées au domaine SEGC (qui pourrait correspondre à Science de l'Organisation du Travail, Gestion des ressources Humaines, etc.) présentent des niveaux plus élevés d'intention d'entreprendre par rapport aux autres spécialités. Cette constatation suggère que les disciplines associées à la gestion à l'organisation du travail et aux ressources humaines pourraient favoriser un intérêt

Accru pour l'entrepreneuriat parmi les étudiants.

Les femmes paraissent davantage enclines à envisager l'entrepreneuriat, peut-être sous l'influence de facteurs socio-culturels, tandis que les étudiants en SEGC manifestent une forte intention d'entreprendre, liée à leur formation, à une culture institutionnelle propice et à des perspectives professionnelles attractives.

**Tableau 5 :**

**Tableau croisé Votre sexe \* Avez-vous l'intention d'entreprendre ? \* Choix entre salariat et entrepreneuriat**

Choix entre salariat et entrepreneuriat			Avez- Tout à fait d'accord	intention d'entre Plutôt d'accord	D'accord	Total
être salarié à vie	Votre sexe	féminin	7			7
	Total		7			7
être salarié puis créateur	Votre sexe	masculin	14	22	7	43
		féminin	28	0	14	42
	Total		42	22	21	85
se lancer dans la création	Votre sexe	masculin	14			14
		féminin	15			15
	Total		29			29
faire un visa d'étude	Votre sexe	masculin	7		0	7
		féminin	0		14	14
	Total		7		14	21
les deux à la fois si c'est possible	Votre sexe	masculin		7	7	14
		féminin		7	7	14
	Total			14	14	28
je ne sais pas	Votre sexe	féminin		7		7
	Total			7		7



Total	Votre sexe	masculin	35	29	14	78
		féminin	50	14	35	99
Total			85	43	49	177

**Source :** Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Les données analysées dans ce tableau montrent des tendances distinctes entre les hommes et les femmes en ce qui concerne leurs intentions d'entreprendre et leurs choix professionnels. Les femmes représentent une part significative des répondants dans cet échantillon (99 femmes sur un total de 177). On observe que les hommes sont plus enclins à envisager de passer du statut de salarié à celui de créateur d'entreprise, avec 43 répondants exprimant cette intention, légèrement plus que les femmes (42 répondantes).

Par ailleurs, les femmes présentent une diversité plus marquée dans leurs aspirations professionnelles. Un nombre important d'entre elles expriment leur intention de se lancer directement dans la création d'entreprise (15 répondantes) ou de poursuivre des études à l'étranger avec un visa d'étude (14 répondantes). En comparaison, les hommes montrent également un intérêt notable pour les deux options simultanément (14 répondants).

Les femmes étudiantes peuvent être davantage enclines à l'entrepreneuriat que les hommes, possiblement en raison de leur désir d'explorer une variété de carrières et de saisir les opportunités économiques, ce qui reflète un changement dans les normes de genre et les perspectives professionnelles.

**Tableau 6 :**

**Votre faculté \* Avez-vous l'intention d'entreprendre ? \* Entreprendre après le diplôme**

Entreprendre après le diplôme			Avez-	tention d'entrepren		Total
			Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	
Tout à fait d'accord	Votre faculté	SECG	28	0		28
		Droit	7	0		7
		Sciences humaines et sociales	7	22		29
		Total	42	22		64
Plutôt d'accord	Votre faculté	SECG	15	0		15
		Droit	14	0		14
		Sciences humaines et sociales	0	7		7
		Total	29	7		36
D'accord	Votre faculté	SECG	7	7	7	21
		Sciences humaines et sociales	0	0	14	14
		Total	7	7	21	35
Neutre	Votre faculté	Droit		0	7	7
		Sciences humaines et sociales		7	7	14
		Total		7	14	21
Pas d'accord	Votre faculté	Sciences humaines et sociales	7			7

	Total		7			7
Plutôt pas d'accord	Votre faculté	Sciences humaines et sociales			14	14
		Total			14	14
Total	Votre faculté	SECG	50	7	7	64
		Droit	21	0	7	28
		Sciences humaines et sociales	14	36	35	85
		Total	85	43	49	177

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé présente les données réparties entre trois facultés (SECG, Droit et Sciences Humaines et Sociales) en fonction de différents niveaux d'intention d'entreprendre : Tout à fait d'accord, Plutôt d'accord, d'accord, ainsi que des réponses neutres et négatives.

Les résultats montrent que les étudiants de la faculté SECG (Sciences Économiques, Comptables et de Gestion) démontrent un fort engagement envers l'entrepreneuriat, avec un total de 50 répondants. Dans la faculté de Droit, les intentions d'entreprendre sont moins marquées, avec seulement 21 répondants exprimant cette intention. La faculté des Sciences Humaines et Sociales présente également un intérêt pour l'entrepreneuriat, avec 14 Répondants tout à fait d'accord, 36 plutôt d'accord et 35 d'accord, totalisant 85 répondants au Total.

Les étudiants en faculté SECG sont souvent fortement intéressés par l'entrepreneuriat en raison de leur formation centrée sur la gestion, les finances et l'économie, les préparant ainsi à envisager des projets entrepreneuriaux. De plus, ils peuvent voir l'entrepreneuriat comme une voie attractive offrant autonomie, possibilités de profit et chances d'innovation dans le monde des affaires.

**Tableau 7 : Votre moyenne \* Choix entre salariat et entrepreneuriat**

		entre salariat et entrepreneuriat						Total
Votre moyenne		être salarié à vie	être salarié puis créateur	se lancer dans la création	faire un visa d'étude	les deux à la fois si c'est possible	je ne sais pas	
Votre moyenne	Inférieure à 11/20	0	29	0	7	0	0	36
	Entre 11 et 13/20	7	49	14	14	28	7	119
	13 et plus	0	7	15	0	0	0	22
Total		7	85	29	21	28	7	177

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé présente une répartition des choix entre le salariat et l'entrepreneuriat en fonction de la moyenne des étudiants classée en trois catégories : Inférieure à 11/20 entre 11 et 13/20 et 13 et plus. Les données analysent les différents choix post-diplôme : être salarié à vie, être salarié puis créateur, se lancer dans la création, faire un visa d'étude, les deux à la fois si c'est possible et je ne sais pas.

Les observations révèlent que les étudiants ayant une moyenne inférieure à 11/20 montrent une préférence pour le choix d'abord être salarié puis de devenir créateur par la suite (29 répondants), suivi de manière significative par ceux qui veulent faire un visa d'étude (36 répondants).

Pour les étudiants avec des moyennes entre 11 et 13/20, on observe une diversité dans leurs choix. La majorité opte pour être salarié puis créateur (49 répondants) ou pour les deux options simultanément si possibles (28 répondants).

Les étudiants ayant des moyennes de 13 et plus montrent une tendance à se lancer directement dans la création d'entreprise (15 répondants).

Les étudiants ayant des résultats académiques moins élevés tendent à opter d'abord pour le salariat avant de considérer l'entrepreneuriat, tandis que ceux avec de meilleurs résultats montrent une propension à se lancer directement dans la création d'entreprise, illustrant ainsi une relation entre les performances académiques et les aspirations entrepreneuriales.

**Tableau 8 Votre spécialité \* Entreprendre après le diplôme**

Votre spécialité	Entreprendre après le diplôme						Total
	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	
psychologie du travail	22	0	0	7	0	0	29
Entrepreneuriat	0	8	0	0	0	0	8
MRH	7	0	0	0	0	0	7
EMB	0	0	7	0	0	0	7
Management	7	0	7	0	0	0	14
SOT	0	0	7	7	7	0	21
GRH	0	7	0	0	0	0	7
orthophonie	0	0	0	0	0	14	14
Sciences de l'information et communication	7	0	7	0	0	0	14
comptabilité et audit	7	7	7	0	0	0	21
finance comptabilité	7	0	0	0	0	0	7
droit privé	7	7	0	7	0	0	21
droit public	0	7	0	0	0	0	7
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>36</b>	<b>35</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>177</b>

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé analyse les intentions d'entreprendre après le diplôme en fonction des différentes spécialités des étudiants.

On observe que la spécialité psychologie du travail se distingue par un fort engagement envers l'entrepreneuriat, avec 22 répondants tout à fait d'accord. De même, les spécialités Entrepreneuriat et MRH (Management des Ressources Humaines) montrent également un intérêt pour l'entrepreneuriat, bien que moins prononcé.

Les spécialités telles que EMB (Entrepreneurship and Management of Business) Management, SOT (Science de l'Organisation du Travail), science de L'information et communication, comptabilité et audit, droit privé et droit public présentent des intentions d'entreprendre réparties entre plusieurs niveaux, montrant une diversité dans les aspirations entrepreneuriales des étudiants de ces domaines.

Notamment, la spécialité orthophonie ressort avec une préférence marquée pour ne pas envisager l'entrepreneuriat, avec 14 répondants plutôt pas d'accord. Par ailleurs, d'autres spécialités telles que comptabilité et audit, droit privé et science de l'information et communication affichent une variété dans les intentions d'entreprendre, avec des répondants répartis entre différents niveaux de consentement.

Les différences dans les intentions d'entreprendre après le diplôme peuvent s'expliquer par la nature de chaque spécialité : certaines, comme la psychologie du travail et l'entrepreneuriat, forment les étudiants à la création d'entreprise, tandis que d'autres, comme l'orthophonie, les préparent plutôt à des carrières salariales stables.

**Tableau 9 : Recherche d'opportunité de création \* L'état vous motive-t-il ?**

		L'Etat vous motive-t-il ?							Total
		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	
Recherche d'opportunité de création	Tout à fait	14	7	14	21	0	0	0	56
	d'accord								
	Plutôt d'accord	0	23	0	7	14	0	0	44
	D'accord	7	7	14	21	0	0	14	63
	Neutre	0	0	0	0	0	7	0	7
	Plutôt pas d'accord	0	7	0	0	0	0	0	7
Total		21	44	28	49	14	7	14	177

**Source :** Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé analyse la relation entre la recherche d'opportunités de création et la perception de la motivation de l'État. Les résultats révèlent une corrélation significative entre le degré de motivation perçue de l'État et l'intention de recherche d'opportunités de création. Les répondants qui se déclarent tout à fait d'accord, plutôt d'accord ou d'accord avec la motivation de l'État présentent un fort intérêt pour la recherche d'opportunités de création, avec respectivement 14, 23 et 14 répondants dans ces catégories. Les répondants qui sont neutres, pas d'accord ou plutôt pas d'accord quant à la motivation de l'État affichent des niveaux d'intérêt plus bas pour la recherche d'opportunités de création, avec un total de 21 répondants répartis dans ces catégories.

La perception de la motivation de l'État influence les attitudes entrepreneuriales, car les individus se sentent plus soutenus et encouragés à créer des entreprises lorsque l'État est

perçu comme favorable à l'entrepreneuriat. Une faible perception de l'engagement de l'État peut réduire l'intérêt pour la recherche d'opportunités de création.

**Tableau 10 : Avez-vous l'intention d'entreprendre ? \* Voulez-vous que l'Etat vous informe des dispositifs ? \* comment les connaissez-vous ?**

			Voulez-vous que l'Etat vous informe des dispositifs?					Total
			Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	
Comment les connaissez-vous ?	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord						
par l'université (mails...)	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	7	7	0	0	14	
		Plutôt d'accord	0	7	0	0	7	
		D'accord	0	0	7	7	14	
		Total	7	14	7	7	35	
par affichage	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	7			0	7	
		D'accord	0			7	7	
		Total	7			7	14	
par vos enseignants	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	36		0		36	
		Plutôt d'accord	36		0		36	
		D'accord	0		14		14	
		Total	72		14		86	
par des étudiants	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	7		14	0	21	
		D'accord	0		7	7	14	
		Total	7		21	7	35	
par les médias	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	7				7	
		Total	7				7	
Total	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	64	7	14	0	0	85



	Plutôt d'accord	36	7	0	0	0	43
	D'accord	0	0	28	14	7	49
Total		100	14	42	14	7	177

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé analyse les intentions d'entreprendre en lien avec le désir d'être informé par l'État sur les dispositifs d'entrepreneuriat, ainsi que les canaux privilégiés pour obtenir ces informations.

Les résultats mettent en évidence que la majorité des répondants ayant une intention d'entreprendre sont favorables à être informés par l'État sur les dispositifs d'entrepreneuriat, quelle que soit leur intensité d'accord. Ils préfèrent généralement recevoir ces informations par le biais de leurs enseignants, ce qui représente la principale source d'information pour ceux intéressés par l'entrepreneuriat. En outre, d'autres moyens tels que les communications universitaires (mails), les affichages et les médias sont également cités comme des canaux appréciés pour accéder à ces informations.

Les étudiants préfèrent être informés des dispositifs d'entrepreneuriat par leurs enseignants ou d'autres canaux institutionnels, car cela garantit une information fiable et accessible, renforçant leur confiance dans le soutien de l'État pour leurs projets entrepreneuriaux

**Tableau 11 : Votre faculté \* Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes ?**

		Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes ?		Total
		Oui	non	
Votre faculté	SECG	42	22	64
	Droit	14	7	21
	Sciences humaines et sociales	50	35	85
Total		106	64	170

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé examine la connaissance des répondants concernant l'existence de cinq organismes au sein de l'université, en fonction de leur faculté respective.

Les résultats indiquent que la majorité des répondants des facultés SECG (Sciences Économiques, Comptables et de Gestion) et Sciences humaines et sociales sont au courant de l'existence de ces cinq organismes universitaires, avec respectivement 42 et 50 répondants déclarant oui. Dans la faculté de Droit, un nombre plus limité de répondants (14) sont au courant de ces organismes.

Une communication interne efficace et l'implication active des enseignants sont essentielles pour diffuser les informations sur les ressources universitaires. Une bonne communication assure à tous les étudiants l'accès aux services et opportunités de l'université, ce qui contribue à leur réussite académique et professionnelle.

**Tableau 12 Recherche d'opportunité de création \* L'université vous donne-t-elle envie d'entreprendre ?**

		Tout à fait d'accord	vous donr D'accord	-t-elle envie Neutre	d'entreprend ? Pas d'accord	Pas du tout d'accord	Total
Recherche	Tout à fait d'accord	42	0	0	14	0	56
d'opportunité de création	Plutôt d'accord	7	29	8	0	0	44
	D'accord	14	14	21	7	7	63
	Neutre	0	0	0	7	0	7
	Plutôt pas d'accord	0	0	0	0	7	7
Total	63	43	29	28	14	177	

Source : Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Le tableau croisé analyse comment la recherche d'opportunités de création est influencée par l'avis des répondants sur l'impact de l'université sur leur désir d'entreprendre.

Les résultats indiquent que ceux qui estiment que l'université les motive tout à fait à entreprendre sont nombreux dans toutes les catégories de recherche d'opportunités de création, avec 42 répondants. De plus, les répondants qui se disent plutôt d'accord quant à

l'influence de l'université sur leur désir d'entreprendre montrent également un intérêt marqué pour la recherche d'opportunités de création, totalisant 29 répondants.

Par ailleurs, ceux qui sont d'accord avec l'influence de l'université présentent également un intérêt élevé pour la recherche d'opportunités de création, avec 21 répondants, les répondants qui se trouvent aux niveaux neutre, pas d'accord ou pas du tout d'accord concernant l'impact de l'université montrent des niveaux d'intérêt plus bas pour la recherche d'opportunités de création.

L'université exerce une influence positive sur le désir d'entreprendre des étudiants, mettant en lumière le besoin d'un environnement éducatif favorable à l'entrepreneuriat pour encourager l'innovation et la création d'entreprises. Ainsi, cela souligne l'importance capitale des institutions éducatives dans la promotion d'une culture dynamique d'entrepreneuriat.

**Tableau 13 suivez-vous une formation en entrepreneuriat ? \* quel est le degré d'influence de cette formation sur votre intention ?**

		Quel est le degré très déterminante	plutôt déterminante	D'influence de Cette Formation Sur votre Déterminante	Neutre	intention? Plutôt pas déterminante	Total
suivez-vous une	oui	36	15	7	0	0	58
formation en entrepreneuriat?	non	35	28	35	14	7	119
Total		71	43	42	14	7	177

**Source :** Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé examine la corrélation entre la participation à une formation en entrepreneuriat et son impact sur l'intention d'entreprendre. Les résultats révèlent qu'une majorité de ceux qui suivent une telle formation

(58 répondants) la considèrent comme très déterminante (36 répondants), plutôt déterminante (15 répondants) ou déterminante (7 répondants) pour leur intention d'entreprendre. Parmi ceux qui ne suivent pas de formation en entrepreneuriat, les opinions sont plus diverses : 35

répondants estiment que cette formation est très déterminante 28 la jugent plutôt déterminante et 35 la trouvent déterminante, totalisant 119 répondants dans cette catégorie.

Les formations en entrepreneuriat jouent un rôle crucial dans l'incitation des étudiants à entreprendre, en leur offrant les compétences et la motivation requises pour réussir dans le domaine de l'entrepreneuriat. Leur influence significative met en évidence la nécessité d'étendre et de promouvoir de tels programmes pour encourager la culture entrepreneuriale au sein des institutions éducatives.

**Tableau 14 Votre moyenne \* Votre faculté \* pensez-vous maîtriser le processus de création ?**

Pensez-vous maîtriser le processus de création ?			Votre faculté			Total
			SECG	Droit	Sciences humaines et sociales	
Tout à fait d'accord	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	0	0	15	15
		Entre 11 et 13/20	28	0	7	35
		13 et plus	8	7	0	15
	Total	36	7	22	65	
Plutôt d'accord	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	0	7	0	7
		Entre 11 et 13/20	7	0	14	21
		13 et plus	0	7	0	7
	Total	7	14	14	35	
D'accord	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	7		0	7
		Entre 11 et 13/20	7		42	49
		Total	14		42	56
Pas d'accord	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	7	0	0	7

		Entre 11 et 13/20	0	7	7	14
		Total	7	7	7	21
Total	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	14	7	15	36
		Entre 11 et 13/20	42	7	70	119
		13 et plus	8	14	0	22
		Total	64	28	85	177

**Source :** Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé analyse la perception de la maîtrise du processus de création selon la moyenne des étudiants et leur faculté respective.

Nous constatons que Les étudiants de la faculté SECG ayant une moyenne inférieure à 11/20 présentent des avis partagés sur leur maîtrise du processus de création, avec 14 répondants tout à fait d'accord et 7 répondants pas d'accord. Ceux ayant une moyenne entre 11 et 13/20 dans cette faculté montrent une perception plus positive, avec 28 répondants tout à fait d'accord et 7 répondants pas d'accord. Les étudiants avec une moyenne supérieure à 13/20

Dans la faculté SECG sont confiants dans leur maîtrise du processus de création, avec 8 répondants tout à fait d'accord, Dans la faculté de Droit, la majorité des étudiants ayant une moyenne inférieure à 11/20 sont tout à fait d'accord (7 répondants) ou pas d'accord (7répondants) concernant leur maîtrise du processus de création. Ceux ayant une moyenne entre 11 et 13/20 sont principalement tout à fait d'accord (7 répondants) ou d'accord (7 répondants).

Les étudiants avec une moyenne supérieure à 13/20 dans la faculté de Droit ne sont pas certains de leur maîtrise du processus de création, avec 7 répondants d'accord et dans la faculté des Sciences humaines et sociales, les étudiants ont une vision positive de leur maîtrise du processus de création, quel que soit leur niveau de moyenne.

Les différences dans la perception de la maîtrise du processus de création, en fonction des notes des étudiants et de leur faculté, mettent en évidence la nécessité d'ajuster les programmes éducatifs pour répondre aux besoins spécifiques de chaque groupe, assurant ainsi que tous les étudiants acquièrent une compréhension robuste et confiante de l'entrepreneuriat.

**Tableau 15 : Avez-vous l'intention d'entreprendre ? \* quels sont vos moyens de financement ? \* Pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes ?**

			Quels sont vos moyens de financement ?					Total
Pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes ?			Epargne personnel	Epargne familiale	Prêt bancaire	Prêt de la parenté	Dispositifs d'aide à la création	
Tout à fait d'accord	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord	14	14	7		0	35
		Plutôt d'accord	0	7	0		0	7
		D'accord	0	0	0		7	7
		Total	14	21	7		7	49
Plutôt d'accord	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord		0	14			14
		Plutôt d'accord		7	0			7
		Total		7	14			21
D'accord		Tout à fait d'accord	0	0	7		0	7
	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	D'accord	7	7	0		14	28
		Total	7	7	7		14	35
Neutre	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord	0		7	0		7
		Plutôt d'accord	7		7	0		14
		D'accord	7		0	7		14
		Total	14		14	7		35
Pas d'accord	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord		7			8	15
		Plutôt d'accord		0			15	15
		Total		7			23	30
Plutôt pas	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord		7				7

d'accord	l'intention d'entreprendre ?							
	Total			7				7
Total	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord	14	28	35	0	8	85
		Plutôt d'accord	7	14	7	0	15	43
		D'accord	14	7	0	7	21	49
	Total		35	49	42	7	44	177

**Source :** Élaboré à partir des résultats de l'enquête sur le terrain.

Ce tableau croisé analyse les intentions d'entreprendre en relation avec les moyens de financement envisagés par les étudiants et leur perception de l'ouverture des banques à leur projet entrepreneurial.

D'après les résultats, les étudiants ayant l'intention d'entreprendre et étant convaincus de l'ouverture des banques à leur projet envisagent principalement de financer leur projet par épargne personnelle (14 répondants), épargne familiale (14 répondants) ou prêt bancaire (7 répondants), totalisant ainsi 35 répondants dans cette catégorie, Pour ceux ayant l'intention d'entreprendre mais étant plutôt d'accord sur l'ouverture des banques, l'épargne familiale est le principal moyen de financement envisagé (7 répondants, totalisant 7 répondants), Les répondants ayant l'intention d'entreprendre et étant d'accord sur l'ouverture des banques envisagent principalement un financement par prêt bancaire (14 répondants) ou par le biais de dispositifs d'aide à la création (7 répondants), totalisant ainsi 21 répondants dans cette catégorie, Dans la catégorie Neutre quant à l'intention d'entreprendre, ceux qui sont tout à

Fait d'accord sur l'ouverture des banques privilégient principalement un financement par épargne personnelle (7 répondants), épargne familiale (7 répondants) ou prêt bancaire (7 répondants), totalisant 21 répondants et Parmi ceux qui n'ont pas l'intention d'entreprendre et qui ne sont plutôt pas d'accord sur l'ouverture des banques, aucun répondant n'envisage de moyens spécifiques de financement.

L'intention entrepreneuriale des étudiants influence leurs choix de financement, privilégiant l'épargne personnelle, familiale ou les prêts bancaires. Cela met en lumière la nécessité de rendre l'accès au financement plus accessible pour stimuler l'esprit d'entreprise parmi les étudiants.

**Tableau 16 avez-vous l'intention d'entreprendre ? \*des entrepreneurs dans votre entourage ?**

**Tableau croisé Avez vous l'intention d'entreprendre? \* des entrepreneurs dans votre entourage?**

Effectif

		des entrepreneurs dans votre entourage?			Total
		oui	non	ne sait pas	
Avez vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	71	0	14	85
	Plutôt d'accord	29	0	14	43
	D'accord	28	14	7	49
Total		128	14	35	177

Les résultats du tableau montrent que la majorité des répondants expriment une forte propension à envisager l'entrepreneuriat. En effet, 83.5% des participants sont tout à fait d'accord avec cette perspective, tandis que 67.4% se disent plutôt d'accord. De plus, 57.1% montrent un accord général avec l'idée d'entreprendre. Les non-réponses (14 pour "Non" et 35 pour "Ne sait pas") suggèrent une certaine indécision ou un besoin de clarification parmi certains participants, ce qui mériterait une analyse plus approfondie pour comprendre leur impact sur l'intention globale d'entreprendre.



**Tableau 17 Avez-vous l'intention d'entreprendre ? \*comment vous ont-ils influencer ?**

**Tableau croisé Avez vous l'intention d'entreprendre? \* Comment vous ont ils influencer?**

Effectif

		Comment vous ont ils influencer?			Total
		conseil et eveil	Expertise	Partenariat	
Avez vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	43	28	14	85
	Plutôt d'accord	36	7	0	43
	D'accord	28	14	7	49
Total		107	49	21	177

Le tableau montre que la plupart des répondants (107 tout à fait d'accord et 36 plutôt d'accord) considèrent les conseils et l'éveil comme des éléments essentiels pour stimuler leur intention d'entreprendre. Cela suggère que ces aspects jouent un rôle crucial en influençant positivement leur désir d'entrepreneuriat. En revanche, les partenariats recueillent un soutien moindre, avec seulement 21 répondants exprimant une certaine forme d'accord, ce qui laisse penser qu'ils pourraient ne pas être aussi perçus comme des moteurs significatifs dans ce domaine spécifique d'étude sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en sciences sociales.

### **Conclusion**

Les résultats des tableaux mettent en lumière l'importance cruciale de divers facteurs dans l'incitation à l'entrepreneuriat chez les étudiants. Les formations en entrepreneuriat (tableau 14) jouent un rôle déterminant en offrant les compétences et la motivation nécessaires, soulignant le besoin d'étendre et de promouvoir ces programmes. L'influence positive de l'université sur le désir d'entreprendre (tableau 13) démontre l'importance d'un environnement éducatif favorable à l'innovation et à la création d'entreprises. Les étudiants préfèrent recevoir des informations sur les dispositifs entrepreneuriaux via leurs enseignants ou autres canaux institutionnels (tableau 11), renforçant leur confiance dans le soutien étatique. Enfin, la perception de la motivation de l'État (tableau 10) influence significativement les attitudes entrepreneuriales, où un soutien étatique perçu comme favorable encourage la création d'entreprises. Ces conclusions soulignent le rôle central des institutions éducatives de la famille et de l'État dans la promotion d'une culture entrepreneuriale

# Conclusion générale

---

L'intention entrepreneuriale désigne la volonté et la détermination d'un individu à créer une nouvelle entreprise ou à se lancer dans une activité entrepreneuriale. Depuis les années 1980, de nombreux chercheurs ont développé des modèles pour comprendre les motivations et les raisons qui sous-tendent ce comportement. Des chercheurs comme Shapero et Sokol (1982) ont contribué à cette approche, partant du principe que la création d'une entreprise est un processus délibéré et intentionnel. Les modèles de Shapero et Sokol mettent en avant le rôle des événements déclencheurs et des compétences perçues, soulignant l'importance de la perception des opportunités et de la confiance en soi dans la formation de l'intention d'entreprendre. Par ailleurs, le modèle d'Ajzen, basé sur la théorie du comportement planifié, met en lumière l'influence des attitudes, des normes subjectives et du contrôle comportemental sur la formation de cette intention.

Chez les étudiants, ces modèles montrent que l'intention entrepreneuriale est influencée par plusieurs facteurs déterminants : les facteurs personnels, tels que la confiance en soi, le besoin d'accomplissement, la propension à prendre des risques, ainsi que l'éducation entrepreneuriale et l'expérience professionnelle antérieure ; les facteurs sociaux, incluant le soutien de la famille, des amis, des mentors et des réseaux professionnels, ainsi que les attitudes et perceptions de la société envers l'entrepreneuriat ; les facteurs économiques, comme l'identification des besoins non satisfaits et des opportunités lucratives, ainsi que la disponibilité de capital initial et l'accès aux investisseurs et aux prêts bancaires ; et enfin, les facteurs contextuels, tels que les politiques publiques favorables, les incitations fiscales, la facilité de création d'entreprise, l'accès aux technologies, les espaces de travail et les services de soutien à l'entrepreneuriat. En comprenant ces facteurs, les institutions peuvent mieux élaborer des programmes et des politiques pour encourager l'entrepreneuriat chez les étudiants, stimulant ainsi la création d'entreprises innovantes et prospères.

Pour examiner les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants, nous avons choisi d'utiliser une technique de sondage par questionnaire. Nous avons suivi une approche méthodologique rigoureuse et bien structurée, en réalisant une enquête quantitative à l'aide d'un questionnaire, afin de recueillir des données précises et comparables.

L'échantillon de notre étude était composé de 200 étudiants inscrits à l'Université de Bejaia, sélectionnés par échantillonnage aléatoire simple parmi les facultés de sciences économiques, de gestion et de commerce (SECG), de sciences humaines et sociales, et de droit. Cette diversité académique nous a permis de recueillir une variété de perspectives et d'assurer la représentativité de notre échantillon.

Les résultats de l'enquête seront présentés sous forme de tableaux croisés, permettant d'examiner les relations entre différentes variables, ainsi que d'analyses descriptives simples, pour résumer et interpréter les données collectées. Les tableaux croisés faciliteront l'identification des tendances et des corrélations entre la formation académique et l'intention entrepreneuriale des étudiants. Parallèlement, les analyses descriptives fourniront des statistiques sommaires, telles que les moyennes, les fréquences et les pourcentages, offrant ainsi une compréhension claire et concise des résultats.

Pour la première hypothèse (H1) « la formation en entrepreneuriat et un déterminant important » nous constatons que la formation universitaire joue un rôle significatif dans le développement de la désirabilité d'entreprendre **ce qui valide cette hypothèse**. Nos analyses révèlent que les femmes, influencées par des facteurs socio-culturels et une diversité d'aspirations professionnelles, sont particulièrement enclines à envisager l'entrepreneuriat. De plus, les étudiants en sciences économiques, gestion et commerce (SEGC) montrent une intention élevée d'entreprendre, grâce à leur formation spécialisée, à une culture institutionnelle favorable et à des perspectives de carrière attrayantes.

Pour la deuxième hypothèse « les dispositifs d'Etat sont plus incitatifs à créer des entreprises », les résultats du tableau 10, montrent qu'il y a une corrélation significative entre le degré de motivation généré par l'État et l'intention de recherche d'opportunités de création. **Ce qui valide la seconde hypothèse**.

Quant à la problématique centrale, et suite aux résultats de l'enquête, on peut dire que parmi les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants en sciences sociale de l'université de Bejaia on y trouve : la formation en faveur des sciences économiques et de gestion, le sexe en faveur de la gente féminine, les dispositifs d'Etat sont un atout important dans la genèse de l'intention d'entreprendre et enfin, le financement disponible qui est partagé entre fonds personnels et financement bancaire ou de l'Etat.

# Bibliographie

---

- Achibane Mustapha et Andaloussi Ghyslène (2019). *Motifs de l'Intention Entrepreneuriale : Cas des Étudiants Universitaires de la Région Rabat -Salé-Kenitra du Maroc*
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1991) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Aldrich, H. E. and Zimmer, C. (1986), « Entrepreneurship through Social Networks », In: Sexton D.L. and R.W. Smilor (éds), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, Belinger, p. 3-23.
- Alvarez S., Barney J., (2007). Discovery and creation alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26.
- Bosma N. et Levie, J. (2009). "Global Entrepreneurship Monitor", *2009 Global Report*, Babson College, États-Unis.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., and Sánchez-García, J. C. (2020). Entrepreneurship and family role: a systematic review of a growing research. *Front. Psychol.* 10:2939. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02939
- Casson, M. (2005). « The individual-opportunity nexus: a review of Scott Shane. A general theory of entrepreneurship », *Small Business Economics*, 24 (5), 423-430.
- Cooper, A.C. (1981), « Strategic management: New ventures and small business », Long Range Planning, 14, 5, p. 39-45.
- Dimov, P. D. (2003), « The nexus of individual and opportunity: opportunity recognition as a learning process », *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- FAYOLLE (2003), A. <Entrepreneuriat>, 3<sup>ème</sup> édition DUNOD

- Gartner, « The domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation », 1995, p 69 in R. Jaziri, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat ».
- Gartner, W.B., Carter, N.M., Hills, G.E. (2003), « The language of opportunity » in Steyaert C., Hjorth D. (Eds.), *New Movements in Entrepreneurship*, Edward Elgar, Cheltenham (UK), p. 103-124.
- Hayek, F. (1945), « The use of knowledge in society »: in *American Economic Review*, 35, 4, p. 519-530.
- Hills, E. G., Lumpkin, G.T. and Singh, P. R. (1997), « Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviours of Entrepreneurs », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, p. 203-218.
- Krueger Jr, N.F., Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000) *Competing Models of Entrepreneurial Intentions*. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Karimi a, Harm  
. Biemans a, Thomas Lans a, Mohammad Chizari b, Martin Mulder a, Karim Naderi Mahdei (2013) *Understanding role Models and Gender Influences on Entrepreneurial Intentions Among College Students*.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.09.179>
- Koning, A. et Muzyka, D. (1996), « The convergence of good ideas, when and how do entrepreneurial managers recognize innovative business ideas? », *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- KOURAICHE, N. (2018) : « Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignement Supérieur en Algérie », *Revue académique des études humaines et sociales, Université Hassiba ben Bouali, Chlef*, p41. 42.
- Kmeger, N. 1993, *The impact of prior exposure to entrepreneurship on perceptions of new venture feasibility and desirability*, *Entrepreneurship* 1; 130-143, and Bertriv, forthcoming
- MAHMOUDI & BOUKRIF, 2018, p. 43).
- MAHMOUDI & BOUKRIF, 2016, p. 43).

- Malek Bourguiba(2007). De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes
- Manimala, M.J. (1992), « Entrepreneurial heuri», stics: àcomparison of high PI and low PI ventures », Journal of BusinessVenturing, 7, 6, p. 477-504.
- Mohamed Madaoui, « Dynamisme entreprenariat et métamorphose de la petite entrepris, en approche algéro-francaises »2004.
- OCDE (2012). Le programme d'indicateurs de l'entrepreneuriat
- Ozgen, E. (2003), « Entrepreneurial opportunity recognition » : information flow, social and cognitive perspectives, Thèse de doctorat. Rensselaer Polytechnique Institute, NewYork. Ronstadt, R.C. (1988), « The corridor principle », Journal of Business Venturing, 3, 1, p. 31-40
- Sahinidis AG, Giovanis AN, Sdrolas L (2012) The Role of Gender on Entrepreneurial Intention among Students: An Empirical Test of the Theory of Planned Behavior in a Greek University. International Journal on Integrated Infor-mation Management 1: 6179
- Shapero, A. et L. Sokol (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », dans C. Kent et al. (dir.), The Encyclopedia of Entrepreneurship, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, p. 72-90
- Sheperd, D.A. and DeTienne, D.R. (2001), « Discovery of Opportunities: Anomalities, Accumulation and Alertness », Frontiers of Entrepreneurship Research, 138-148.
- Schumpeter, J. A. (1974), « – The theory of economicdevelopment. – London»: Oxford UniversityPress.
- Scherer, R., J. Adams, S. Carley et F. Wiebe (1989), Role model performance effects on development of entrepreneurial career preferences. Entrepreneurship Theory and practice, 13:3, 53-71.
- Shane, S. et Venkataraman S. (2000), « Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities », Organization Science, 11, 4, p. 448-469.
- Timmons J. (1978). Characteristics and Roles demands of Entrepreneurship. American Journal of Small Business, Vol 3, n° 1,p. 5-17.

- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M. et Binks, M. (2003), « Does entrepreneurial experience influence opportunity identification? », The Journal of Private Equity, Winter, p. 7-14
- Verstraete, T. (2003), « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », éditions de l'ADREG p 4.

# Annexes

Université Abderrahmane Mira-Bejaia  
 Faculté des sciences économique, commerciales et des  
 sciences de gestion Département des sciences de gestion  
 Spécialité : M2 Entreprenariat



## Questionnaire sur l'intention

### Entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia

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

#### A/ Renseignement sur l'étudiant

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

#### B/ L'intention entrepreneuriale

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

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

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

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

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

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

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

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

Autre : .....

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

Oui  Non

18. Si oui comment vous les connaissez ?

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

19. Si oui, connaissez-vous ces organismes ?

Oui  Non

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

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

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

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

22. Suivez-vous une formation en entrepreneuriat ?

Oui  Non

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

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

24. Si oui, vous la trouvez intéressante ?

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

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

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

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

Oui  Non

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

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

Autre : .....

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

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

29. Par quelle voie ?

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

Autre : .....

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

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

1	Payante	
2	Gratuite	
3	Ecole privée	
4	Structure publique	

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

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

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

	Qualité des enseignements	
	Diplôme universitaire	
	L'environnement « université »	

Autre : .....

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

	Flexibilité des horaires	
	Prix intéressants	

Autre : .....

### C/ La désirabilité

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Oui  Non

Autre : Par .....

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

1	Dans votre Wilaya	
2	En dehors votre Wilaya	
3	Indifférent	

**D/ La faisabilité :**

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

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

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

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

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

Oui  Non  Ne sais pas

48. Si oui, qui sont-ils ?

Famille  Amis  Voisins  Entrepreneur x

49. Comment – ils vous ont influencés ?

1	Conseil et éveil	
2	Expertise	
3	Partenariat	

50. Quel est le degré d'influence

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Autre : .....

**E/ La propension à l'action**

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

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

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

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

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

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

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

# **7Table des matières..... 8**

## **Introduction générale.....1**

## **1Chapitre 01 : Les modèles de déterminations de l'intention entrepreneuriale .....5**

### 1.1Le modèle de Shapiro et sokol et le modèle d'Ajzen (1982) .....6

#### 1.1.1Les apports des modèles fondés sur l'intention.....6

### 1.2Les autres facteurs determinants de l'intention entrepreneuriale .....16

#### 1.2.1 L'influence de la famille sur l'entrepreneuriat à travers les différentes phases du processus entrepreneurial.....17

#### 1.2.2La famille et la phase initiale de l'entrepreneuriat : l'étape de l'intention .....17

#### 1.2.3Le rôle de la famille dans la phase de création d'une entreprise .....19

#### 1.2.4Confiance en soi et désir d'entreprendre .....20

#### 1.2.5L'influence du réseau social .....21

#### 1.2.1Les éléments qui impactent le processus d'entrepreneuriat.....22

#### 1.2.2Les expériences préalables des entrepreneurs .....24

#### 1.2.3Le réseau social et son impact sur l'entrepreneuriat .....24

## **2Chapitre 2 : L'université Et L'entrepreneuriat .....26**

### 2.1Généralités sur l'entrepreneuriat .....27

#### 2.1.1Définition de l'entrepreneuriat .....27

### 2.2Entrepreneuriat en Algérie .....28

#### 2.2.1Classification des entrepreneurs en Algérie .....29

#### 2.2.2Les attributs de l'entrepreneur en Algérie .....30

#### 2.2.3Les paradigmes de l'entrepreneuriat .....31

### 2.3Le rôle de la formation universitaire dans l'intention entrepreneuriale.....34

#### 2.3.1Définition de la formation entrepreneuriale .....35

2.3.2L'influence de la formation entrepreneuriale dans l'intention à entreprendre .....	36
2.3.3Les contenus des enseignements et les dimensions qui les structurent .....	38
<b>3Chapitre 3 : analyse des facteurs déterminantes de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : approche descriptive .....</b>	<b>41</b>
3.1Méthodologie de la recherche .....	41
3.1.1Le choix méthodologique.....	41
3.1.2Analyse des données .....	42
3.1.3Échantillonnage .....	42
3.1.4La taille de l'échantillon de l'enquête.....	43
3.1.5Les questions testées sont les suivantes .....	44
3.2Analyse du contenu du questionnaire .....	45
3.2.1Le sexe .....	45
3.2.2La spécialité.....	45
<b>4 Conclusion générale .....</b>	<b>66</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>68</b>
<b>Annexes.....</b>	
<b>Table des matières.....</b>	

## Résumé

Pour examiner les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants des sciences sociales de l'université de Bejaia, nous avons choisi d'utiliser une technique de sondage par questionnaire. Sur un échantillon de notre étude était composé de 200 étudiants inscrits à l'Université de Bejaia. Les résultats mettent en lumière l'importance cruciale de divers facteurs dans l'incitation à l'entrepreneuriat chez les étudiants. Les formations en entrepreneuriat jouent un rôle déterminant en offrant les compétences et la motivation nécessaires, puis, l'influence positive de l'université sur le désir d'entreprendre démontre l'importance d'un environnement éducatif favorable à l'innovation et à la création d'entreprises.

Sans oublier le rôle joué par la famille et les dispositifs de l'État qui influencent significativement les attitudes et intentions entrepreneuriales.

**Les mots clés :** l'intention entrepreneuriale, l'université, les étudiants, l'entrepreneuriat, Influence de l'université, la famille, dispositifs

## Abstract

To examine the determinants of entrepreneurial intention among social science students at the University of Bejaia, we chose to utilize a questionnaire survey technique. A sample of our study consisted of 200 students enrolled at the University of Bejaia. The results highlight the crucial importance of various factors in fostering entrepreneurship among students. Entrepreneurship training plays a decisive role in providing the necessary skills and motivation, and the positive influence of the university on the desire to start a business underscores the significance of an educational environment conducive to innovation and enterprise creation. Not to mention the role played by family and state policies, which significantly influence entrepreneurial attitudes and intentions.

**Key words:** entrepreneurial intention, University, Family Influence, Entrepreneurial Attitudes, Motivation, Determinants, Social Science Students

## ملخص

لدراسة العوامل المحددة للنية الريادية لدى طلاب العلوم الاجتماعية بجامعة بجاية، اخترنا استخدام تقنية المسح بالاستبيان. تكونت عينة دراستنا من 200 طالب مسجل بجامعة بجاية. تسلط النتائج الضوء على الأهمية الحاسمة للعوامل المختلفة في تشجيع ريادة الأعمال بين الطلاب. ويلعب التدريب على ريادة

الأعمال دورًا حاسمًا في توفير المهارات والتحفيز اللازمين، ومن ثم فإن التأثير الإيجابي للجامعة على الرغبة في القيام بذلك يوضح أهمية البيئة التعليمية الملائمة للابتكار وإنشاء الأعمال. دون أن ننسى الدور الذي تلعبه أنظمة الأسرة والدولة التي تؤثر بشكل كبير على المواقف والنوايا الريادية.

#### الكلمات الرئيسية:

ابتكار, إنشاء الأعمال, سياسات الدولة, المواقف الريادية, طلاب العلوم الاجتماعية, جامعة بجاية, العوامل المحددة, تأثير الأسرة, التحفيز