



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES COMMERCIALES ET DES
SCIENCES GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

Mémoire de fin de cycle
En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion
Option : Entrepreneuriat

Thème :

**L'intention Entrepreneuriale des étudiants :cas des formations
académiques licence et master entrepreneuriat à l'Université de Bejaïa.**

Réalisé par :

LOUAHCHE Hanane

DRAOUI Celina

Encadré par :

Dr. Moustafa OUKACI

Année universitaire 2022/2023

Remerciements :

On tien d'abord et avant tout remercier ALLAH pour le courage, la volonté et la patience qui m'a été utile pour réaliser ce modeste travail.

On tien à remercier notre promoteur Monsieur Oukacci, sous leur direction et leur soutien, on a eu le plaisir de travailler grâce à ces conseils et ses critiques.

Nos remerciements s'adressent aussi aux membres du jury pour l'honneur et le plaisir qu'ils nous accordé en acceptant de lire et de juger notre travail.

Egalement, je remercie tout le corps des enseignants et le personnel administratif de la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Gestion de l'Université de Bejaia.

Enfin, je remercie tous ceux qui ont de près ou de loin contribué à l'accomplissement de ce mémoire.

Dédicace

Je dédie ce Modeste travail :

À mes chers parents, pour tous leurs sacrifices, leur amour leur tendresse, leur soutien et leurs prières tout au long de mes études ;

À mes chères sœurs pour leur soutien.

À mon cher fiancé Yahia, pour la patience et le soutien dont il a fait preuve pendant toute la durée de ce travail et à qui je voudrais exprimer mes affections et mes gratitudees ; À ma belle-famille ;

À mes amies Karima, salima, hania, wiza, Nabila et surtout à ma binôme Hanane et Mr Haddad

À tout ma famille pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire,

Merci d'être toujours là pour moi

Celina

Dédicace

Je dédie ce Modeste travail :

À mes chers parents, pour tous leurs sacrifices, leur amour leur tendresse, leur soutien et leurs prières tout au long de mes études ;

À mes chères sœurs pour leur soutien (Karima et Naïma et Soumia)

À mes chers frères A. Rahim et Moustapha, pour leurs patiences et le leurs soutiens.

À Toutes mes amis Simou, Siham, Amira, et surtout à ma binôme Celina.

À tout ma famille pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire,

A toutes la promotion d'entrepreneuriat 2022/2023

Merci d'être toujours là pour moi

Hanane

Liste des abréviations

| Abréviations | Significations |
|---------------------|---|
| ANDI | L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement |
| ANSEJ | L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes |
| CNAC | La Caisse Nationale d'Allocation Chômage |
| FMI | Fond Monétaire International |
| FNSEJ | Fond National de Soutien à l'Emploi des Jeunes |
| GUD | Guichet Unique Décentralisé |
| INES | Instituts Nationaux d'Enseignement Supérieur |
| L3 | Licence |
| M1 | Master 1 |
| M2 | Master 2 |
| ONS | Office National des Statistiques |
| PAS | Plan d'Ajustement Structurel |
| PIB | Produit Intérieur Brut |
| PME | Petite Moyenne Entreprise |
| SECG | Sciences économiques ,commerciales ,et sciences de gestion. |

Liste des tableaux

| Tableaux N° | Titres | Pages |
|--------------------|--|--------------|
| 1 | l'effectif de la faculté | 64 |
| 2 | le nombre des étudiants de spécialités | 65 |
| 3 | Répartition selon le genre | 66 |
| 4 | Répartition selon le niveau d'étude | 66 |
| 5 | Répartition selon l'âge | 66 |
| 6 | Répartition la décision de choix de la spécialité | 67 |
| 7 | Répartition selon l'idée | 67 |
| 8 | Répartition selon l'intention entrepreneuriale | 68 |
| 9 | Répartition de l'intention entrepreneuriale selon le niveau d'étude | 68 |
| 10 | Répartition selon la forme de la création de l'entreprise | 69 |
| 11 | Répartition selon la durée de l'intention | 69 |
| 12 | Répartition selon le domaine d'activité | 70 |
| 13 | Répartition selon le début de collecte des informations concernant la création des entreprises | 70 |
| 14 | Répartition selon l'existence d'un entrepreneur | 71 |
| 15 | Répartition selon le membre de famille qui est un entrepreneur | 71 |
| 16 | Répartition selon le début de projet | 72 |
| 17 | Répartition selon la réunion des moyens nécessaires pour le début de leur projet | 72 |
| 18 | Répartition selon le degré de la concrétisation de leur intention entrepreneuriale | 73 |
| 19 | Répartition selon la mesure de la réussite | 73 |
| 20 | Répartition selon la réussite de leurs entreprises est une affaire de | 74 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| | ? | |
| 21 | Répartition selon les facteurs nécessaires qui peuvent empêcher a bien mené leurs projets de création | 74 |
| 22 | Répartition selon les moyens principaux pour la création d'entreprises | 75 |
| 23 | Répartition selon l'influence des programmes dispensés dans leurs formations sur leur intention entrepreneuriale | 75 |
| 24 | Répartition selon comment la formation universitaire permettre le développement des aptitudes entrepreneuriales | 76 |
| 25 | Répartition selon leurs futures visions sur l'intention entrepreneuriale et la création d'entreprise | 77 |
| 26 | Répartition selon les motivations pour la création de l'entreprise | 78 |
| 27 | Répartition selon la vision de projet de création d'entreprise | 78 |
| 28 | Répartition selon les contraintes décourageantes pour entreprendre en Algérie | 79 |
| 29 | Répartition selon l'influence des programmes d'enseignement en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants | 80 |
| 30 | A travers quoi les programmes d'enseignement en entrepreneuriat influencent- t-ils l'intention entrepreneuriale des étudiants | 81 |
| 31 | Répartition selon l'effectuation d'une formation ou un stage d'entrepreneuriat hors université | 81 |

Listes des figures

| Figure N° | Titres | pages |
|------------------|--|--------------|
| 01 | le processus conceptuel | 22 |
| 02 | Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbien, 1975) | 27 |
| 03 | Le modèle de la théorie du comportement planifié AJZEN, 1991 | 28 |
| 04 | modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982). | 30 |
| 05 | modélise les différents points cités au-dessus | 32 |
| 06 | L'organigramme de la faculté | 63 |

Sommaire

| | |
|--|----|
| Introduction Générale..... | 1 |
| Chapitre I : L'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale | |
| Introduction | 5 |
| Section 1 : L'entrepreneuriat, historique et évolution..... | 5 |
| Section 2 : L'intention entrepreneuriale..... | 19 |
| Conclusion..... | 40 |
| Chapitre II : L'intention entrepreneuriale en Algérie | |
| Introduction | 42 |
| Section1 :L'entrepreneuriat en Algérie..... | 42 |
| Section2 :L'intention entrepreneuriale des étudiants Algériennes..... | 59 |
| Conclusion..... | 65 |
| Chapitre III : L'intention entrepreneuriale des étudiants de spécialité entrepreneuriat. | |
| Introduction..... | 66 |
| Section1 :Présentation de l'université de Bejaia et méthodologie de recherche | 66 |
| Section 2 : Présentation et analyse des résultat de l'enquête | 70 |
| Conclusion | 90 |
| Conclusion Générale..... | 91 |
| Bibliographie..... | 92 |

Introduction générale

Depuis les années 1980 et avec le développement économique dans le monde un nouveau phénomène qui vient de changer le système économique et créé la richesse, c'est le concept de l'entrepreneuriat, plusieurs auteurs ont essayé de définir ce concept. Pour VERSTRAETE¹ et SAPPORTA :(l'entrepreneuriat en tout que champ disciplinaire consiste à chercher de comprendre comment et par qui et avec quelles conséquences les opportunités de crée des biens et ou services qui n'existent pas encore sont découverts concrétisées et exploitées).

L'acte entrepreneurial est une démarche de création d'entreprise ou de transformation d'une idée a un projet, par une personne innovateur.et jusqu'à aujourd'hui l'entrepreneuriat joue un rôle très important dans le développement économique par la création des emplois.L'Algérie n'est pas exclue de ces nouvelles transformations.En effet le passage à l'économie de marché et l'ouverture du marché algérien à l'international a encouragé les actions entrepreneuriales en termes de création de d'entreprises, de processus de gestion.L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneuriale ,elle résume la volonté d'une personne de crée sa propre entreprise, depuis le milieu des années 1990 les recherches entrepreneuriales portent un intérêt plus important au individus en devenir au sein du processus entrepreneuriale en avoir une image globale de celui-ci il n'est pas suffisant d'étudier ceux qui ont concrétisé leur projet mais aussi ceux qui sont en amont de ce processus l'étude de l'intention entrepreneuriale enrichit la compréhension de ce dernier.

L'intention représente le meilleur prédicateur de l'acte d'entreprendre (Koleveried,1997), pour Kruger et Carsrud (1993) (étudier un comportement futur de création d'entreprise est inséparable des intentions qui animent les individus quant a la manifestation de ce comportement).

A la fin des années1990 le rôle du système éducatif à été reconnu comme un facteur incontournable de diffusion de la culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire, l'entrepreneuriat devient un domaine d'enseignement pour Fayolle²,(l'enseignement de l'entrepreneuriat correspond a l'ensemble des actions de sensibilisation ,de stimulation de formation et d'accompagnement des apprenants qui concourent tout aussi bien a faire évoluer

¹ VERSTRAETE, Entrepreneuriat, l'entrepreneur comprendre ses actions, l'harmattan, 1970 p.42.

²VERSTRAETE et FAYOLLE, (paradigme et entrepreneuriat) revue de l'entrepreneuriat 2005p.2

Introduction générale

sur les registres culturels et comporomental qu' a leur transmettre des connaissances et des savoirs utiles pour leur projet de création).

Il est obligatoire donc d'ajouter l'entrepreneuriat au système éducatif, l'enseignement de l'entrepreneuriat commence à prendre sa place dans les universités, ceci peut être justifiée par le nombre de recherche et de chercheurs, le nombre des programmes enseignés et les établissements universitaires spécialisé dans ce domaine.

La formation entrepreneuriale dans les écoles et les universités a changer les comportements des jeunes étudiants à l'entrepreneuriat et l'encourager a commencer leur projet et d'avoir des idées sur le domaine, et lui donne la chance a crée leur propre emploi et atteindre leurs objectifs .

Ces dernières années l'Algérie a commencer a développer l'entrepreneuriat et l'ajouter comme un domaine d'étude dans les universités et les instituts ,pour mettre une fin au problème de chômage qui menace la plupart des étudiants après la fin de leurs étude et crée des différents problème économique et sociaux, Alors le système éducatif en Algérie aujourd'hui donne la chance au étudiants de penser comme des créateurs de projets au début de leurs formations, et arrive a créer leurs propre emploi et richesse et bien sur aide leurs famille et la société en générale.

Les chercheurs en entrepreneuriat s'accordent à signaler que l'entrepreneuriat peut être enseigné nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, mais on le devient. A ce raison nous avons décidé de réaliser une recherche sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en science de gestion .Dans cet ordre d'idées nous travaillons à trouver et expliquer les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants des sciences de gestion en spécialité entrepreneuriat suivant les programmes ou les formations, et comment le programmes d'enseignement peut influencer l'intention entrepreneuriale chez les étudiants et comment ces derniers encouraget a réaliser ses rêves, ou c'est juste un choix et efforts de l'étudiants lui mêmes,L'idée principale de notre recherche est de comprendre l'influence du programme ou des formations en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants Nous ciblons principalement la branche de l'entrepreneuriat pour faire une enquête sur ces étudiants

Ce qui nous amène à poser la question de départ :

Quels sont les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants de formation entrepreneuriale des trois niveaux L3, M1, M2 de l'université de Bejaia ?

Pour répondre à la question principale nous sommes basés sur ces questions secondaires :

- 1) c'est quoi l'intention entrepreneuriale des étudiants ?
- 2) Quels sont les facteurs principaux qui influencent l'intention entrepreneuriale chez les étudiants ?

Pour ce faire, nous avons proposé ces hypothèses :

H1 : les programmes d'enseignement de la formation entrepreneuriale influencent l'intention des étudiants.

H2: L'intention entrepreneuriale est très forte chez les étudiants en entrepreneuriat, déjà leur choix à cette branche prouve leur intention entrepreneuriale.

Pour mener à bien ce travail, nous adoptons une démarche méthodologique en deux parties : une partie théorique sur les concepts de l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale et une partie pratique qui consiste en une enquête auprès d'un échantillon des étudiants de la formation entrepreneuriale à l'Université de Bejaia.

La présentation de cette recherche s'articule en trois chapitres :

Le premier chapitre est consacré à l'instauration du cadre théorique de la recherche sur

L'entrepreneuriat. Dans la première section, nous explorons quelques définitions et approches d'un champ analysé : L'entrepreneuriat. Nous retraçons les évolutions et les approches qui délimitent ce champ. Ensuite la deuxième section qui porte sur l'entrepreneuriat en Algérie : son historique et évolution ainsi son impact sur l'économie nationale, et enfin les dispositifs et structures d'aide à la création d'entreprise.

Le deuxième chapitre traite les principales théories de l'intention entrepreneuriale issues

de ces différentes disciplines. La première section porte sur des définitions, ensuite nous tenterons de délimiter notre cadre d'analyse en précisant notre position dans le processus entrepreneurial. La seconde section nous allons présenter les modélisations du processus entrepreneurial variantes.

Le troisième chapitre sera consacré à la présentation et l'analyse des résultats qui sont basés sur la distribution d'un questionnaire aux étudiants suivant la formation en entrepreneuriat des

Introduction générale

trois niveau l3, m1 ,m2.La première section porte sur une présentation générale de l'université de Bejaia .Dans la deuxième section nous détaillerons les motivations du choix terrain d'investigation par rapport à la problématique de recherche .Nous exposerons aussi le processus de collecte de données ,en provenance de l'enquête par questionnaire, leurs méthode d'élaboration ,enfin la présentation de nos résultats et la vérification de nos hypothèses.

Chapitre I :

L'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale

Introduction

Depuis des années l'entrepreneuriat été le sujet de plusieurs recherches, l'ère ou vivent les sociétés d'aujourd'hui est marquée par le nouveaux de l'esprit d'entreprendre vu l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement du tissu économique des sociétés.

L'entrepreneuriat est devenu un domaine de recherche très important plusieurs chercheurs basent sur la définition du concept, chaque un le définit avec sa propre manière, plusieurs publications scientifiques consacré au domaine de l'entrepreneuriat allons constitue le processus d'identification d'exploration et d'exploitation d'une opportunité en vue de la création d'une activité.

L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial, il s'agit de premier pas de création d'entreprise ou de transformation d'une idée à un projet. De ce fait pour pouvoir comprendre l'intention entrepreneuriale et ces déterminants il faut d'abord comprendre et expliquer le concept de l'entrepreneuriat

Dans ce chapitre on va expliquer tout les concepts important qui concerne l'entrepreneuriat. Dans la première section : nous parcourons l'évolution de l'entrepreneuriat et quelques définitions et approches de ce concept en générale. Dans la deuxième section : nous abordons l'élément le plus important de l'entrepreneuriat qui est l'intention entrepreneuriales essayons d'expliquer ce contexte.

Section 1 : L'entrepreneuriat, historique et évolution :

1-1 Historique de l'entrepreneuriat :

1-1-1 L'approche économiste :¹

On renvoie sa naissance à la publication des écrits de Richard CANTILLON vers le milieu du 18^{ème} siècle (1752). Ces écrits sont perçus par la majorité des chercheurs en entrepreneuriat comme le premier développement théorique et conceptuel clair sur le concept de l'entrepreneur. Ils révèlent l'expérience qu'a vécue CANTILLON autant qu'entrepreneur, il se

¹ FIRLAS.M impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez Les jeunes thèse doctorat à l'université de TIZI-OUZOUUE P.6.

définit comme un homme à la recherche d'occasions d'affaires, préoccupé par une gestion astucieuse et économique qui optimise son profit (Il savait analyser une situation, voire ou elle était profitable et comment elle pourrait le devenir). Pour lui être entrepreneur renvoie au fait de prendre des risques et d'assumer leurs conséquences.

Le deuxième auteur lié à l'approche économiste est J.B.SAY(1816).il voyait le développement de l'économie d'un pays par la création d'entreprises .Il a observé la révolution industrielle en Grande Bretagne et rêvait de transposer le modèle en France .Il associe l'entrepreneur à un agent de changement, qui sait comment allouer les ressources et les organiser pour réaliser un profit, c'est le premier à avoir décrit ce que fait un entrepreneur.

Le troisième pionnier de cette approche est SCHUMPETER (1934), il est reconnu comme le père fondateur de la conception actuelle de l'entrepreneuriat et celui qui a donné son envol à ce champ en l'associant nettement à l'innovation. (L'essence de l'entrepreneuriat est la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités).

1-1-2 L'approche behavioriste :

Elle est menée par des psychologues, des psychanalystes, des sociologues tous spécialistes du comportement humains. Certains renvoient l'émergence de cette approche aux travaux de Max WEBER (1930), qui à travers ses fameuses recherches traduites dans son ouvrage (l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme) a pu montrer que c'est l'existence d'un système de valeurs qui explique le comportement d'un homme d'affaire (entrepreneur) et qui le pousse à innover.

Le deuxième pilier de cette approche est David Mc CLELAND(1950).l'auteur s'est interrogé sur la montée de l'URSS et des USA à l'époque .Il s'est demandé pourquoi certaines civilisations restent toujours de très grandes civilisations durant toutes les époques.pour répondre, il s'est intéressé à étudier leur histoire ,il identifie plusieurs éléments qui expliquent la grandeur de ces nations ,mais essentiellement la présence de HEROS dans leurs littératures.les générations qui viennent après, les prennent comme des modèles à imiter ,c'est ceux qui ont faits exploser les barrières des traditions et des règles de leurs sociétés pour apporter quelque chose de nouveau ,ceux qui ont repoussé les limites de ce qui est possible d'accomplir .les gens qui naissent et vivent dans une telle société ont tendance à développer un fort besoin de réalisation de soi et l'auteur associe ce besoin à l'action (d'entreprendre)sa propre vie et affaire.

1-1-3: L'approche par les traits de caractère :

Apparue à partir des années 1970 avec le développement des méthodes de recherche sur le terrain, des outils de collecte de données et des échelles de mesures spécifiques à l'entrepreneur, elle s'est intéressée à étudier (qui est l'entrepreneur ?) et (quelles sont ses caractéristiques ?) Dans le but d'établir un profil entrepreneurial. À ce jour, on ne pourrait pas établir un profil psychologique scientifique et absolu de l'entrepreneur vu les différentes caractéristiques qui peuvent être reliées au profil d'un entrepreneur, cependant certaines caractéristiques font consensus entre la plupart des auteurs, on cite :

- *la confiance en soi : se sentir capable de faire quelque chose, d'entreprendre et de mener à terme un projet, grâce à ses connaissances et à ses compétences.
- *le leadership : proposer des actions, des idées, influencer (positivement) les autres dans la réalisation de la tâche, prendre les décisions nécessaires et passer à l'action.
- *l'esprit d'équipe : travailler et coopérer avec les autres tout en étant respectueux. C'est créer avec d'autres en synergie d'action.
- *la motivation : Avoir des raisons d'apprendre et de relever un défi.
- *le sens de la responsabilité : Respecter ses engagements en faisant ce qui doit être fait et ce qui a été convenu par le groupe.

*l'initiative : Faire des choix, devenir autonome et prendre des décisions sans avoir besoin de supervision.

1-1-4 : L'éclatement de la discipline entrepreneuriale :

A partir des années 1980, et avec la publication de la première encyclopédie sur l'entrepreneuriat et la tenue du premier colloque de recherche international sur cette discipline, les chercheurs de différentes spécialités en sciences humaines et économiques se sont intéressés à étudier les différentes facettes de ce champ de recherche. Plusieurs branches ont ainsi vu le jour.

Pour conclure, nous pouvons dire que définir la notion de (l'entrepreneur), c'est relatif à l'approche qui l'appréhende, ainsi, cette notion reflète différentes facettes selon différentes approches.

1-2 Définition du concept de l'entrepreneuriat :

Le concept entrepreneuriat existe depuis longtemps, mais il reste très difficile de proposer une définition unanime tenu de la complexité du concept. Ainsi, plusieurs auteurs ont abordé le thème entrepreneuriat tout s'en appuyant dans différents aspects, il ya lieu d'illustrer dans ce point quelques définitions enfin de saisir la nature du terme.

Selon Julien et Marchsney, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, audétriment du terme anglais (entrepreneurs hip). Ce mot désigne (l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur).

Selon, Verstraete (2000) l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques.

Fayolle de son coté, définit l'entrepreneuriat :

- En tant que phénomène économique et social, qui s'intéresse aux effets et résultats de l'activité entrepreneuriale (innovation, création d'emplois, etc)
- En tant qu'objet spécifique de recherche, ils'intéresse a des comportements individuel set ou organisationnels adoptés dans un processus de découverte et d'exploitation d'opportunités.²

1-2 : Les paradigmes de l'entrepreneuriat

Dans ce point, nous présentons les différents paradigmes de l'entrepreneuriat.

1-2-1 : Le paradigme d'opportunité d'affaire :

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou de repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkata aman 2000). Elle est associée parfois à d'autres notions, telles que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évolution et d'exploitation de celles-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.

² Fayolle (A) Fillion (L.j) Devenir entrepreneurs des enjeux aux outils, village Mondial, p17

1-2-2 Le paradigme de création d'une organisation :

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes (Gartner 1990). La notion d'organisation ne se réduit pas à celle d'entreprise.³

1-2-3 Le paradigme de la création de valeur :

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être rattachés à ce paradigme.⁴

1-2-4 Le paradigme d'innovation :

Ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (P.A.Julien et M.Marchenay, 1996 ; Drucker, 1985). L'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires et des dirigeants de PME.⁵

1.3) Les formes de l'entrepreneuriat**1-3-1 Création par essaimage**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise.

Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.⁶

1-3-2 Création par franchise :

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce

³ VERSTATE.T ((Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : Les éditions de l'ADREG(www.éditions-adreg.net)).

⁴ FIRLAS .M cop cit p4

⁵ DRUCKER.P.((Les entrepreneurs))Edition Hachette.Paris,1985,p30

⁶ Fayolle. A ,(2005),opcit,p4.

type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

1-3-3 La reprise d'entreprise :

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante.

1-3-4 création par ex-nihilo :

Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.

C'est la création d'une nouvelle activité, par un employé dans son entreprise mère.

1-3-5 L'intrapreneuriat :

L'intrapreneuriat, c'est l'action d'agir comme un entrepreneur en travaillant au sein d'une organisation dans laquelle vous êtes employé.

Concrètement, cela peut vouloir dire mettre sur pied une nouvelle équipe, développer un nouveau service, organiser un comité social, offrir une stratégie innovatrice, etc. Parfois, les intrapreneurs ont aussi des éclairs de génie qui changent la face de leur organisation.

1-3-6 L'entrepreneuriat solidaire et social :

La notion d'entrepreneuriat social a été élaborée depuis le milieu des années 1980 dans des contextes hétérogènes. Cinq de ces contextes permettent d'entrevoir les réalités contrastées aujourd'hui associées à ce terme. Chacun d'entre eux dispose d'acteurs clés, qui peuvent être

des associations professionnelles, des fondations, des journalistes, mais aussi des chercheurs, dont l'action ne doit alors pas être simplement appréhendée à travers des enjeux de connaissance. Et d'analyse, mais aussi de reconnaissance et d'institutionnalisation de l'entrepreneuriat social

1-4 Les types de l'entrepreneuriat :

Ils existent autant de types de l'entrepreneuriat. Que en prenant certains critères tels que la légalité, le nombre d'entrepreneurs, la durée de l'activité, le sexe, le statut juridique de l'entrepreneur, nous pouvons classifier l'entrepreneuriat en :

1-4-1 L'entrepreneuriat formel et informel :

L'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée, les activités autorisées et reconnues par l'Etat. Par contre l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent au noir, non enregistrées par l'Etat. On peut avoir aussi l'entrepreneuriat souterrain par analogie à l'économie souterraine.

1-4-2 L'entrepreneuriat individuel et collectif :

L'entrepreneuriat individuel c'est la volonté d'une personne de se démarquer d'acquérir plus d'indépendance et de liberté sans l'intervention de l'autorité. Les individus qui empruntent cette voie cherchent à se réaliser sur les plans personnel, professionnel et financier. L'entrepreneuriat individuel correspond en effet au travail indépendant.

L'entrepreneuriat collectif sous la forme de coopérative et mutuelle.

1-4-3 L'entrepreneuriat masculin et féminin :

Certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres sont réservés spécifiquement aux hommes.

1-4-4 L'entrepreneuriat privé et public :

Ici le critère retenu est celui du statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé. Contrairement à l'entreprise privé l'entreprise public trouve son origine dans la volonté de l'Etat ou d'une collective.

1-5 L'entrepreneur :

1-5-1 : Définition de l'entrepreneur :

L'entrepreneur ou le créateur de projet représente le cœur de l'entrepreneuriat .Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt.

L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créé, qui possède des qualités particulières, qui mettent en œuvre de nouvelles méthodes.

Au sens économique,l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau. L'entrepreneur est le principal acteur du phénomène entrepreneurial. Il a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral.

<<L'entrepreneur est un individu qui valorise le risque calculé qui favorise les actions centrées sur le développement, l'innovation ou la création>>, il fait preuve de détermination, il a une image très positive de lui-même et très confiant dans ses actions.

J.B.Say (1803) définit l'entrepreneur comme étant le personnage central puisque c'est lui qui combine les facteurs de production. Cette définition large inclut tous les chefs d'entreprises, propriétaires ou non, plus largement les responsables d'organisation.

J.B.Say élargit la définition de l'entrepreneur en associant le concept de combinaison des facteurs de production. Il développe une conception plus industrielle liée au processus de production et du risque qui en résulte.

On peut dire que l'entrepreneur est une personne physique qui prend le risque de réunir des capitaux et des hommes, et qui a pour but de réaliser un certain nombre d'objectifs économiques.L'entreprise ainsi créée sera l'entité juridique à laquelle ces objectifs seront assignés.

Dans toutes ses tentatives de définition, nous trouvons, de façon plus au moins explicite, les notions d'individu, d'action, d'innovation, d'opportunité,de risque, d'organisation et de

création de valeur. Ces facteurs constituent, à n'en pas douter, les conditions nécessaires et peut être suffisantes pour que l'entrepreneur et l'entrepreneuriat existent.⁷

1-5-2 Les approches de l'entrepreneur :

En peut sélectionner deux grandes classes :

a. L'approche par les traits :

L'approche par les traits prévalu jusqu'au milieu des années 1980. Elle s'est basée sur une présomption selon laquelle les caractéristiques psychologique et les attributs personnels de l'entrepreneur sont les seuls facteurs qui le prédisposent à une activité entrepreneuriale.

L'approche par les traits est une approche descriptive qui s'intéresse à la mesure des prédispositions à l'entreprise et met l'accent sur les attribues menant logiquement à l'acte entrepreneuriale. Selon Fillion il existe un ensemble défini de traits de personnalité ou de caractéristiques psychologiques propres aux entrepreneurs (actuels et potentiels) et que l'identification de ces caractéristiques servirait à distinguer l'entrepreneur et mieux encore, à prédire le devenir et le succès entrepreneurial. D'où les nombreux efforts déployés jusqu'ici dans ce sens par les partisans de cette approche (Mc Clelland 1961, 1965, Rotter, 1966 ; Timons, 1979 ; Hornaday, 1982 ; Brockhans 1984).

Plusieurs auteurs font figurent de cette approche. Ainsi, Laufer distingue quatre types d'entrepreneur : le manager ou l'innovateur, l'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance, celui refusant la croissance mais recherchant l'efficacité et l'entrepreneur artisan.

Leur motivation diffère sur les plans du désir de réalisation, de croissance et pouvoir, la cellule familiale joue également un rôle important dans la culture entrepreneuriale.

Marchesnay, il esquisse deux types d'entrepreneurs : l'entrepreneur PIC (pour Pérennité-Indépendant-Croissance) il craint l'endettement, ce qui le conduit à utiliser les ressources de la famille. L'entrepreneur CAP (pour Croissance-Autonomie-Pérennité) est d'avantage opportuniste. Marchesnay précise qu'à ces deux catégories types est loisible de montrer la coexistence d'entrepreneurs. Hernandez propose une typologie retenant comme axes la volonté de croissance et le désir d'autonomie. On y distingue quatre types : le manager (c'est un cadre de grande entreprise et tire ses compétences de son cursus

⁷ A FAYOLLE et L.J fillio devenir entrepreneur, Edition Edition vilage Mondial Paris 2006 p48.

professionnel).l'entrepreneur (souhaite de maîtriser ;financièrement sa croissance ,ce qui traduit l'acharnement qu'il déploie dans son travail et de la tendance centralisée de la structure),l'artisan ou dirigeant de TPE (exploitant son savoir-faire),les exclus (les individus rejetés du système productif, la création étant la voie restante).Pour Julien et St Pierre .les traits de l'entrepreneur tiennent à l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme, la ténacité,le goût pour la direction et la résolution de problème, la capacité de percevoir précocement dans les données des informations source d'opportunités,la faculté à réunir et à coordonner les ressources économiques pour exploiter de façon efficace l'information possédée.

Toutefois, comme le relèvent Marion,Livain et Copin ,il faut souligner que les recherches conduites pour distinguer un profil type de création à fort potentiel de réussite sur la base de batteries de tests psychologiques ou d'enquêtes auprès d'échantillon significatifs distinguent que très partiellement les créateurs d'autres populations(exemple :les entrepreneurs n'ayant pu se procurer les ressources financières nécessaires).Selon Casson ,il n'existe aucun test objectif de capacité d'entreprendre qui garantir un degré élevé de précision.Une personne assurée d'avoir les caractéristiques de l'entrepreneur ne sera pas forcément perçue comme telle par les autres.

Toute fois ,cette approche fait l'objet de nombreuses critiques de la part des spécialistes.En effet la plupart des études sur la personnalité professionnelle de la personne, dessinées par préférences,habiletés et intérêts professionnels, se basent sur la typologie de J.Holland Ce dernier a identifié six types de personnalités vocationnelles :

- Le type artistique qui aime créer,refaire le monde à sa manière et qui est souvent décrit comme étant compliqué, indépendant, original, idéaliste, intuitif et peu pratique ;
- Le conventionnel pour qui l'important est de soutenir l'organisation, souvent présenté comme étant inhibé, persistant, conformiste, maître de lui-même (calme), peu imaginaire, consciencieux, méthodique, discipliné, pratique, conservateur, obéissant et soigné ;
- Le réaliste qui aime manipuler des appareils ,qui est à l'affût de toute technologie pour transformer la matière et décrit comme social, matérialiste, persistant, franc, pratique, honnête ,modeste ,réservé, humble, naturel et stable ;

-L'entrepreneur qui veut persuader, convaincre les autres et diriger, souvent décrit comme étant doué pour le leadership, aventureux, énergique, sociable, ambitieux, implisif, sur de lui, aimant la vie, optimiste, un peu tapageur, autoritaire et populaire ;

-L'investigateur pour qui apprendre, découvrir et chercher est la raison d'être et dont les qualités s'orientent souvent vers l'analyse, l'indépendance, la modestie, la circonspection, l'intellect, la précision, la critique, l'introversión, la rationalité, la curiosité, la méthode et la réserve ;

-Enfin le social qui veut toujours directement aider les gens, les informer ou leur enseigner et qui est souvent décrit comme étant bienveillant, délicat, responsable, convaincant, généreux, serviable, compréhensif, idéaliste, sociable, coopératif, perspicace et sympathique.

b. Approche par les faits :

L'approche par les faits ou bien l'approche (comportementale) qualifiée de l'approche behavioriste par W.B.Gartner en 1988 envisage l'entrepreneur comme un élément déterminant du processus complexe de la création d'entreprise. L'entrepreneur est vu comme le centre d'une organisation. Il est considéré comme un individu possédant un jeu de qualités, mettant à profit celui-ci pour la tâche et sa fonction dans un processus entrepreneurial. L'accent est donc mis sur l'agir, c'est -à-dire ce que l'entrepreneur fait, comment il se comporte parce qu'il joue un rôle et prépondérant dans le démarrage de l'activité.

Cette approche renvoie à deux thèmes : le premier est relatif à la fonction de l'entrepreneur dans la société second en est proche mais prend davantage comme objet d'investigation. Ainsi Bowen et Hisrich (1986) proposent, à partir d'une approche centrée sur le courant développementaliste, de compléter les approches traditionnelle par les traits (qualités et caractéristiques personnelles de l'entrepreneur) par l'intégration de variables telles que le niveau d'éducation, l'environnement familial de l'enfance l'histoire professionnelle, le parcours développementale à l'âge adulte, etc, un peu plus récemment, Dyer (1994) élargit encore cette perspective et bâtit un modèle théorique qui repose sur quatre dimensions fortes de l'étude des carrières :

*La théorie du choix de carrières, explique les facteurs individuels, sociaux et économiques qui influencent le choix d'une carrière entrepreneuriale par un individu.

* La théorie de la socialisation, présente les expériences de la jeune enfance de l'éducation professionnelle entrepreneuriale.

* La théorie de l'orientation de carrière explique comment un individu s'oriente vers le rôle d'un entrepreneur.

* La théorie de la progression de carrière décrit les différents rôles adoptés par les entrepreneurs au cours temps et les dilemmes qu'ils ont pendant périodes. ⁸

1- 5-3 Les caractéristique de l'entrepreneur : L'entrepreneur ou le jeune créateur est une personne qualifié et animé par un ensemble de facteurs personnels qui le permet d'être un entrepreneur, il existe alors plusieurs caractéristiques de L'entrepreneur en a essayer de Sitter quelques critères ces dessus :

***La confiance en soi :** est un trait de personnalité fondamental pour un entrepreneur. En effet, elle pousse l'entrepreneur à déployer tous les moyens nécessaires à la réalisation de son projet, sans pour autant se focaliser sur l'aspect négatif représenté par le risque de perte, voir d'échec. son confiance en soi la personne ne peut jamais réaliser son projet et développer ces idée car la peur prend le dessus sur la volonté entrepreneuriale tout les investissements correspond à une prise de risque son la prise de risque on peut pas entreprendre, cette confiance permet de réduire l'incertitude et le niveau du risque .

***La passion :** un entrepreneur est une personne qui travail sur son projet et attend les résultats il est toujours optimiste même avec les mauvais résultats il perde jamais son espoir il essaye avec la même volonté et le même envie a la réussite, il accepte tout il est prêt pour tout aussi rien ne lui fait peur, il sait bien que le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps ⁹

***L'ambition :** voir loin, voir grand c'est son doute le plus important trait de personnalité de l'entrepreneur. Être ambitieux c'est voir loin et grand du fait de sa passion, et de sa confiance en soi, l'entrepreneur envisage le développement de son projet dans la durée.

Les moyens dont il dispose au départ son faible, mais tout ce qui comte c'est la croissance de l'entreprise, le développement de l'idée, l'amélioration d'un concept, voir l'émergence de nouveaux concepts.

⁸ Vestraet.t Entrepreneuriat connaitre l'entrepreneur comprendre ses actes ,L.harmattire1999 p41.

⁹ FACCHINI.F, (2007) : « Entrepreneur et croissance économique : développements récents », revue d'économie industrielle, 3ème trimestre, n°119, France, p3

A l'apposé, une personne qui ne se concentre que sur le présent et ne pense pas aux potentialités de développement de son idée, ne peut pas être un entrepreneur. Être ambitieux, c'est donc avoir le comportement d'un entrepreneur, même si on l'est pas officiellement.

***La détermination et la persévérance :** une personne qui souhaite tellement que son rêve se réalise ne se laisse pas intimider par les obstacles qui se dressent face à elle, L'entrepreneur est passionné, il aime ce qu'il fait.

Faire faillite, ne veut pas forcément dire qu'on est mauvais. Tout échec est une victoire, lorsqu'on en retient une leçon. La persévérance ne sera que le fruit de ses capacités individuelles, son besoin de réalisation et ses talents à faire preuve son existence.

***L'entrepreneur innovateur et opportuniste :**

L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaires dans l'économie, avec le développement d'un nouveau produit en le produisant ou en le mettant en marche de façon nouvelle en organisant les ressources de façon différente bref en étant à l'affût d'opportunité ou de nouveauté de manière à mieux répondre au marché (Entreprendre c'est conquérir une place sur le marché) c'est ainsi entre d'autres firmes pour remporter une affaire et la poursuivre et de faire face à la concurrence.

***L'entrepreneur est un organisateur :**

L'entrepreneur représente l'être perspicace qui sait judicieusement organiser ressources absolument limitées autrement dit celui qui sait désigner les facteurs de productions et les ressources utiles, se les procurer les assembler et mettre en œuvre avec profit, il coordonne les ressources rares d'une façon dynamique et recherche en permanence l'amélioration du processus de production, ce type d'entrepreneur correspond mais il faut être un organisateur pour développer et commercialiser l'innovation.¹⁰

***L'entrepreneur est motivé :**

Parmi les motivations de l'entrepreneur le défi, le succès, la fortune mais il existe d'autres motivations aussi telle que l'ambition, la nécessité d'avoir un emploi pour sa famille .

¹⁰ Vestraet et FAYOLLE. A, (2005) : « Paradigmes, et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, Vol 4, n°1, France, p34

1-5-4 : Les objectifs de l'entrepreneur :

La croissance peut être un objectif en soi. Elle peut constituer un étalon de la réussite du dirigeant et de l'entreprise, ainsi que des progrès réalisés par cette dernière. Elle peut être la conséquence de la poursuite d'autres objectifs, tels que des salaires plus élevés et de la sécurité. Elle peut renforcer la position de l'entreprise face à ses concurrents, réduire la dépendance vis-à-vis d'autres entreprises ou lui conférer une plus grande maîtrise de son environnement par le biais d'un plus grand pouvoir de négociation et par conséquent, réduire le degré d'incertitude auquel elle est confrontée.

Pour P-A. Julien (1996) ((il existe trois buts ressortaient de la littérature consacrée aux typologies d'entrepreneurs : la recherche de la pérennisation et de la survie, la recherche de l'indépendance et de l'autonomie de décision et enfin, la recherche de la croissance et du pouvoir)).

a) La pérennité : l'entreprise est créée et développée en sorte qu'elle se pérennise, survive son créateur qui la transmettra à ses héritiers. Ce but apparaît déterminante lorsque l'affaire repose sur des capitaux familiaux.

b) L dépendance : le désir d'être (son propre patron), (de ne rien à personne) marque, parfois de façon viscérale le comportement des chefs des PME, il se manifeste dans la logique financière, industrielle et institutionnelle.

c) La puissance : un plan de la littérature consacré à l'entrepreneuriat accorde une grande place essentielle au désir d'accomplissement, puis au goût du pouvoir.

1-5-5 : Typologies des entrepreneurs :

Il existe plusieurs types d'entrepreneurs :

* **L'entrepreneur opportuniste :** est plutôt celui qui est doté d'un niveau d'étude élevé. Il a certaines expériences de travail qui sont diversifiées, et il perçoit les affaires comme des opportunités à saisir, c'est pour cela qu'il préfère la croissance au détriment d'une certaine décentralisation du pouvoir et perte de contrôle.¹¹

* **L'innovateur :** est celui formé dans les plus grandes écoles, qui a connu une carrière brillante dans de grandes entreprises, motivées par le besoin de création et de réalisation de soi,

¹¹ Schumpeter J.A ((théorie de l'évolution économique)) Edition Dalloz, Paris, 1935 p84.

Mais aussi un besoin de pouvoir, son objectif est la recherche de la croissance et de l'innovation.

***Le propriétaire :** est celui dont l'objectif est la croissance de son entreprise, épardant il est marqué par un souci de garder l'autonomie financière de cette dernière. Les besoins sont similaires à ceux de l'innovateur mais avec un besoin de pouvoir plus et important chez le propriétaire.¹²

***Celui refusant la croissance :** a comme objectif l'efficacité de son entreprise, il est penché vers l'autonomie plus que la croissance qui pourra le distraire de son but fixé, ainsi les besoins les plus marqués celui de pouvoir et d'autonomie.¹³

***L'artisan :** est celui vénérant son travail, délaissant la croissance de perdre son contrôle sur son entreprise.¹⁴

Section 2: L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial. Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

2.1. Définition de l'intention :

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

BIRD & JELINEK (1988) et BIRD (1988 ; 1992) définissent l'intention comme un état d'esprit dirigeant l'attention d'une personne (et donc l'expérience et l'action) vers un objet spécifique (But) ou une voie afin de le réaliser (moyen). Les auteurs l'assimilent à une véritable liberté et volonté individuelle. La création d'une entreprise ne s'improvise pas, c'est

¹²Commissions des Communautés Européennes, l'esprit d'entreprise en Europe. com 2003,27 final Bruxelles, 21/01/2003 p6

¹³ Firlas.M.cop cite p41.

¹⁴ STEVENSON et JARILLO, (1990) cités par LEVY-TADJINE.T, L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France, thèse pour le Doctorat de sciences de gestion, université du sud-toulon-Vae, 2004, p15

un choix mûrement réfléchi. L'intention représente le désir, le souhait, la détermination ou la volonté à émettre un comportement.¹⁵

Pour AJZEN (1991) les intentions sont des indicateurs de la volonté d'essayer, d'une véritable motivation et des efforts que l'on prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Sans Cette volonté d'agir, qui amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement De réalisation devrait être probable ». ¹⁶ D'une autre manière, TOUNES (2003) parle d'une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement entrepreneurial.¹⁷ CRANT (1996), définit l'intention entrepreneuriale : « par les jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise. » ¹⁸

2.2. Définition de l'intention entrepreneuriale :

L'intention entrepreneuriale est définie comme la détermination à créer (ou reprendre) une entreprise. La compréhension de ces intentions est importante car elle permet d'identifier les principales caractéristiques des nouvelles entreprises (Krueger, 1993)

2.3. La place de l'intention dans le processus entrepreneuriale :

Dans une perspective processuelle, l'intention entrepreneuriale représente l'étape déterminante dans le processus de création d'entreprise. Elle permet de prédire l'acte d'entreprendre qui serait susceptible de se concrétiser. Elle compose t-il de :

2.3.1. Des modèles processuels d'entrepreneuriat :

La notion de processus inscrit les variables psychologiques, culturelles, sociales, politiques et économiques dans une double dimension dynamique et complexe. Les interactions entre ces variables suppriment l'importance des variables prises isolément. Shapero et Sokol (1982) sont les pionniers qui ont analysé la dimension processuelle

¹⁵ WANG Y .2010 ,L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèves ingénieurs d'une école française une étude longitudinale, thèse de doctorat par l'école centrale de lille, p75

¹⁶ GRIBAA F afani .10 janvier 2010.Les déterminants de l'intention environnementale des dirigeants des pme :cas de l'industrie du textile-habillement tunisienne)thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion institut supérieur de gestion de sousse

¹⁷Guenoun.Asegueni-djamane.n et BENYAHIA –TAIBI.G.2017.l'intention entrepreneuriale chez les étudiants :enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'Oran 2.les cahiers du cread vol33,n°121 université d'oran2mohamed Ben Ahmed p,69.

¹⁸Crant1993,the proactive personality Scaleasa predictor of entrepreneurial lintentions Journal of small BusinessManagement,vol.34 n°3 PP.42-49.

du phénomène entrepreneurial. Ils essayent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le reliant à des facteurs situationnels et individuels.¹⁹

Dans ses contributions épistémologiques à la création d'entreprise, C. BRUYAT (1993) note que trop de chercheurs semblent négliger la prise en compte conjointe de deux points de vue dans l'évaluation du changement dans le processus entrepreneurial, l'environnement et l'individu.²⁰ Pour lui, tout modèle de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus. Il schématise le processus de création d'entreprise. En général nous avons six étapes, nous allons essayer de le présenter une par une :

La création d'entreprise n'est pas intégrée dans les schémas cognitifs de l'individu.

Etape 1 : “L'action de créer sa propre entreprise est perçue”. L'individu a l'information nécessaire pour comprendre plus ou moins ce qu'est la création d'entreprise, sans pour autant qu'une quelconque réflexion et action ne soient entreprises.

Etape 2: L'action de créer est envisagée”. Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible. Il commence à rechercher une idée de création en y consacrant un peu de son temps.

Etape 3 : L'action est recherchée” Cette étape se distingue de la précédente par l'engagement réel de l'individu dans le processus en consacrant du temps et de l'argent. C'est pendant cette phase que sont réalisées l'étude de marché et l'élaboration du plan d'affaire. L'individu a un statut hybride où il garde son ancienne activité s'il est salarié, ou continue à rechercher un emploi s'il est chômeur.

Etape 4 : L'action est lancée”. Les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé... et les premières commandes sont livrées. Si l'entreprise parvient à atteindre son seuil de rentabilité et à assurer son équilibre financier, elle passera à la dernière étape.

¹⁹ Saleh L,(2011),op cit p71

²⁰ BRUYAT.C.(1993) ((Création d'entreprise :contribution épistémologiques et modélisation))thèse de doctorat en sciences de gestion ,université en sciences de gestion université Pierre Mendès Grenoble, France p,62

Etape 5 :L'action est réalisée” et l’entreprise devient une entité reconnue par ses partenaires quand elle atteint son équilibre d’exploitation. Le créateur est devant une problématique de dirigeant de PME.

Etape 6 :L'action est perçue et refusée”. Ce refus peut être définitif ou temporaire. L’individu a développé un projet, a recherché de l’information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.²¹

Par ailleurs, d’autres chercheurs comme W.D. BYGRAVE (1989) écrit que le processus de création d’entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial et qu’il fera une quasi-unanimité dans le monde de la recherche. Le processus entrepreneurial amont appelle des variables inhérentes à l’individu qu’il répartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l’idée (besoin d’accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure). Le second intervient au niveau du déclenchement de l’événement de création (prise de risque, insatisfaction au travail, perte d’emploi, formation, âge, sexe et engagement) ; sociologiques qui sont l’influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d’entrepreneur ; environnementales réparties elles aussi en deux groupes : Le premier a un impact sur la naissance de l’idée et le déclenchement de l’événement (opportunités, modèles d’entrepreneur et créativité). Le second intervient sur le déclenchement de l’événement et sa mise à exécution (la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l’entrepreneuriat) .²² Pour l’auteur il est essentiel d’étudier et d’analyser le « tout » pour comprendre les causes de l’évènement entrepreneurial.

HERNANDEZ (1999) présente un modèle stratégique où il accorde une place importante à l’individu et à l’opportunité d’affaire. Il distingue quatre phases où le créateur potentiel est influencé par son origine familiale, ses traits psychologiques et son histoire personnelle.²³

²¹ TOUNES.A, (2003) , p39-40

²²TOUNES .A(2003) p 40.

²³HERNANDEZ .E.M (1999) ((Le processus entrepreneurial :vers un modèle stratégiques d’entrepreneuriat le Harmattan,Paris,p72.

2.3.2. L'intention en amont du processus entrepreneurial .

Le processus entrepreneurial peut être représenté par des moments d'intensité. Les études de leurs intentions en amont sont particulièrement intéressantes pour comprendre les cheminements qui conduisent aux comportements entrepreneuriaux. L'intention précède généralement les décisions et les actes de création. Mais les parcours entrepreneuriaux individuels sont très différents. L'acte de création peut naître de rencontres soudaines, d'insatisfactions professionnelles, d'opportunités saisies dans l'emploi salarié, alors que les étapes de l'intention et de la décision ne peuvent pas être clairement distinguées et distinguées dans le temps.²⁴

2.3.2.1 Le processus conceptuel : Intention et vision entrepreneuriales .

Les notions de vision et d'intention ont suscité un intérêt croissant de la part des chercheurs. Pour expliquer la vision, la plupart des recherches, en faisant référence au futur, se base souvent sur différents concepts: les images, les schèmes ou encore les représentations mentales. Généralement, une distinction s'impose entre la dimension stratégique et la dimension entrepreneuriale de la vision. Pour FILION (1991), il s'agit d'une projection de l'entreprise dans le futur, il définit ainsi la vision comme une image projetée dans le futur du lieu de l'entrepreneur veut que ses produits occupent éventuellement une place sur le marché et aussi une image du type d'entreprise nécessaire pour y arriver. D'après WESTLEY et MINTZBERG, la vision est conçue comme un modèle théorique de prise de décision stratégique utilisé par l'entrepreneur. En effet, il considère que la vision stratégique est fortement présente dans l'organisation entrepreneuriale et y est exprimée à travers la personnalité du décideur. Selon les travaux de THORNBERRY (1997) et SENGE (1990), il apparaît que la vision renvoie à plusieurs notions. Les auteurs précisent que la vision est le fruit d'une construction et que l'intention détient un caractère central dans sa Constitution. Quand il s'agit de creuser le lien entre la vision et l'intention, AJZEN (1991)-en

S'inspirant des travaux de DOOLEY (1972) et VAN de VEN (1980) montre que l'intention organisationnelle reflète la vision du créateur quant à l'organisation émergente (EMIN, 2003). Dans leur recherche sur la constitution et le fonctionnement de la vision entrepreneuriale, BIRD et BURSH (2003) montrent que l'intention entrepreneuriale joue un rôle médiateur entre la vision entrepreneuriale et la création d'entreprise. D'ailleurs, selon le

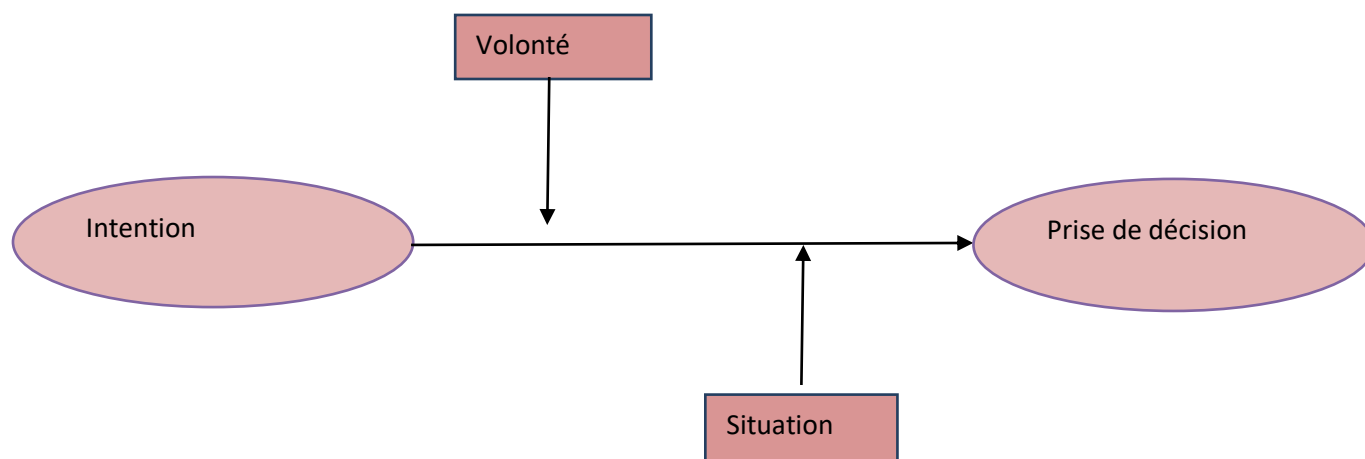
²⁴ Kara H.et khatri .A mémoire de master (université de BEJAIA 2020).

cheminement de sa constitution, l'intention entrepreneuriale amène à percevoir différents types d'entrepreneuriat.

La vision peut donc être définie comme le modèle théorique sur lequel les entrepreneurs prennent leurs décisions stratégiques, elle correspond au point zéro de la création d'entreprise future et est aussi la construction mentale des organisations futures.

Lorsqu'il a une intention, c'est une manifestation mentale qui conduit à l'exécution et à la volonté d'atteindre un objectif. Après avoir distingué « vision » et « intention », nous passerons au processus déclencheur, le passage de l'intention à l'action.²⁵

Figure N°1: le processus conceptuel



Source : Bourguiba, 2007, de l'intention à l'action entrepreneuriale.

2.3.2.2 Le processus de déclenchement : de l'intention à l'action entrepreneuriale

D'après le Petit Robert, l'intention se définit comme le fait de proposer un certain but ou des résultats de l'action envisagée. En effet, les intentions reflètent un état mental orienté vers l'action par la définition d'un but. Elle traduit une véritable motivation à l'action, une tension psychologique orientée vers l'action. De ce fait, l'intention ne peut pas être l'action mais elle occupe, en revanche, une place stratégique dans le système d'action de l'individu, dans le sens où elle lie la logique mentale à la logique d'action.²⁶

²⁵Borgiba 2007, de l'intention à l'action entrepreneuriale p 24 à 25.

²⁶Bourgiba.M P29-30.

La seule manifestation d'une intention peut ne pas mener l'individu à agir effectivement dans la réalité. On peut évoquer l'intensité de l'intention, la force de conviction, la force de caractère ou encore la motivation. Néanmoins, en étudiant les intentions nous permettent d'avoir une idée sur les prédispositions entrepreneuriales des individus. Le pont entre l'intention et l'action est la décision. C'est ce maillon manquant qui explique le décalage entre ceux qui ont l'intention d'entreprendre sans forcément passer à l'acte, et ceux qui le font réellement.²⁷

Donc, on peut dire que les intentions sont définies par des traits évolués qui dépendent de variables contextuelles et de facteurs psychologiques. Par conséquent, le participant à l'action doit prendre une décision afin de concrétiser son intention dans l'action (c'est la création de l'entreprise).

2.3.2.3. Le processus de décision:

La décision est un concept de base des sciences sociales qui s'est imposé peu à peu dans plusieurs champs théoriques. La décision est un événement et un processus. Brockhaus (1978) divise les facteurs associés à la décision de devenir entrepreneur en trois catégories : les caractéristiques psychologiques (besoin d'accomplissement, propension à la prise de risque et les valeurs personnelles), les effets de l'expérience vécue (insatisfaction au travail, rôle du modèle), les caractéristiques personnelles (âge, éducation, résidence). Le processus de décision est divisé en trois étapes que nous allons présenter comme suite :

La première étape : consiste en la formation d'une vision, qui correspond à une représentation mentale de la création de l'entreprise, de ses activités et de son environnement, comme futur possible. Verstraet (1999) convient de la naissance du phénomène entrepreneurial lorsque l'organisation impulsée sort de la tête du créateur, c'est-à-dire dès que les agissements induits par la vision qu'à celui-ci de cette organisation provoque des interactions.²⁸

La deuxième étape : est la transformation de cette vision en intention. Cette étape traite de la formation de la vision et de la transformation de cette vision en une véritable intention de création. Adaptée au contexte entrepreneurial, la vision

²⁷ Hernandez E.M.Marco.L.(2006) ((Entrepreneur et décisions .De l'intention à l'acte))Editions Paris,p9.

²⁸ SALEH.L P75.

correspondrait au point de départ du processus entrepreneurial. L'intention s'avère au cœur de la création d'entreprise. L'intention stratégique transforme la vision en but, et articule les moyens nécessaires pour la réaliser. Elle manifesterait la volonté de se lancer dans la création d'une entreprise. L'intention doit être perçue comme désirée et faisable. La préférence de l'acte est fonction de critères relatifs à la désirabilité et à la faisabilité.²⁹

La troisième étape : consiste en la prise de décision ; celle-ci déclenche l'action et aboutit ainsi aux premières actions de réalisation de l'intention, c'est à dire à la mobilisation des moyens nécessaires pour concrétiser le but recherché. Pour que l'action soit véritablement déclenchée, l'intention doit se transformer en décision d'action. Même les intentions les plus fortes ne conduisent pas nécessairement à l'action. Ainsi, de nombreux individus, se disant intéressés par la création d'une entreprise, ne concrétisent jamais ce désir par des actes de création véritables. L'intention peut donc être abandonnée, temporairement ou définitivement.³⁰

2.3.2.4. Le processus de création:

Le processus de création est la transformation de l'intention en action. Il correspond à la démarche qui conduit l'individu à créer effectivement une nouvelle entreprise ; c'est quand l'individu passe de la phase d'intention, à une phase où il consacre son temps, s'investit financièrement et intellectuellement dans le projet de la création ; il s'agit de la période de transition. Cet engagement aboutit à une irréversibilité : son arrêt est considéré comme un échec, sa continuité une escalade de l'engagement. La création effective entame le démarrage de l'entreprise qui correspond à l'autonomisation de la nouvelle entité créée. Selon TOUNES « L'acte d'entreprendre correspond *au* démarrage « physique » de l'activité qui se manifeste par la réalisation des premiers produits /services»³¹

2.4. Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants :

Les différentes recherches en entrepreneuriat ont démontré que l'intention entrepreneuriale peut être influencée par les antécédents familiaux, les attitudes, les croyances, le genre et l'expérience. Il existe aussi des facteurs d'importance majeure dans

²⁹ Bruyat.ch (2011) p75.

³⁰ SALEH L(2011)p 72-76.

³¹ TOUNES A ,(2003)p 49.

l'influence de l'intention entrepreneuriale des étudiants, à savoir des facteurs individuels, sociaux, économiques et les expériences précoces dans la famille. Ainsi selon WANG(2010) , ces facteurs sont présentés comme suit :

2.4.1. Les facteurs individuels :

La recherche en entrepreneuriat sur les facteurs individuels avait au départ insisté sur les facteurs psychologiques et leurs effets pour stimuler les individus à chercher une carrière. Plus récemment, d'autres chercheurs ont proposé de nouveaux facteurs qui peuvent mieux prédire les comportements entrepreneuriaux, comme le genre, l'attitude favorable vis-à-vis de l'entrepreneuriat, la cognition sociale et les processus cognitifs. Ces deux sortes de facteurs sont incluses dans la théorie du choix de carrière entrepreneuriale.

2.4.2. Les facteurs sociaux :

REYNOLDS (1991) a noté que les facteurs sociaux pourraient influencer la décision individuelle de devenir un entrepreneur. Plusieurs recherches ont montré que l'environnement social d'où provient un individu a un impact sur sa motivation à suivre une carrière entrepreneuriale. L'individu provenant d'un milieu socialement défavorable est plus motivé pour prendre le contrôle sur ce qu'il considère comme un monde hostile et peu attirant. D'autres recherches ont montré que des expériences entrepreneuriales dans la famille et le soutien de la famille lors de la création ont un impact favorable sur le choix de carrière entrepreneuriale. La race, la culture nationale et les soutiens du gouvernement jouent aussi un rôle très important.

2.4.3. Les facteurs économiques :

Jouent aussi un rôle dans le choix : l'action de création est lancée soit quand il y a un manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes, soit quand la croissance économique offre des opportunités. Le réseau des ressources dont l'individu dispose peut aussi favoriser la décision de la création. ³²

2.4.4. Les expériences précoces dans la famille au cours de l'enfance à l'école ou l'université ainsi que certaines expériences professionnelles :

³² WANGAY.Y (2011) : L'évolution de L'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française :une étude longitudinale))thèse de doctorat,école centrale de Lille,France p26

Ces expériences peuvent encourager des comportements voire même des carrières. Les cours et les formations spécialisés en entrepreneuriat ont un effet positif ; les expériences professionnelles peuvent conduire l'individu vers la création.³³

Nous pouvons dire que la recherche sur les intentions entrepreneuriale nous permet d'affirmer que les intentions entrepreneuriales sont au cœur du cheminement vers l'entrepreneuriat. Ainsi l'influence de la formation entrepreneuriale et la présence de différents facteurs ne peuvent qu'inciter le créateur à mieux se projeter dans son projet., la présentation du modèle d'intention entrepreneuriale est très importante pour comprendre les attitudes, les comportements et les croyances des entrepreneurs.

2.5. Les modèles de l'intention entrepreneuriale :

La plupart des recherches en entrepreneuriat s'appuient sur une conception multidimensionnelle du phénomène entrepreneurial et n'hésitent pas à puiser dans les apports de la recherche en entrepreneuriat et ceux de l'école de psychologie sociale. C'est plus souvent le cas lorsqu'il s'agit de comprendre des phénomènes intentionnels. Pour cela, nous montrerons quelques modèles d'intention entrepreneuriale. Avant de présenter les modèles de Shapero et Sokol repris par Krueger et Carsrud, le modèle d'Ajzen fera l'objet d'une première présentation.

2.5.1. Les apports des modèles fondés sur l'intention entrepreneuriale :

L'intention et les modèles fondés sur l'intention ont été au cœur de nombreux travaux du domaine de l'entrepreneuriat. Pour de nombreux auteurs, la création d'entreprise est un comportement planifié et donc intentionnelle. L'intention apparaît donc comme un meilleur prédicateur du comportement que les attitudes, les croyances ou d'autres variables psychologiques ou sociologiques (Krueger et Carsrud, 1993). De ce fait, nous s'accordons à considérer que les attitudes et les croyances prédisent les intentions qui, à leur tour, prédisent le comportement (Ajzen et Fishbien, 1980). L'intention peut être vue comme un catalyseur de l'action entrepreneuriale. Dans ce cas, l'intention semble fournir un cadre cohérent pour parvenir à une meilleure compréhension du processus d'émergence de l'intention entrepreneuriale.

³³ Ibid p27

Plusieurs courants de pensées se sont succédé en entrepreneuriat pour expliquer le phénomène de création d'entreprise. Les recherches se sont longtemps focalisées sur les caractéristiques individuelles et démographiques, afin de trouver leurs liens avec la possession d'une entreprise ou la décision de créer. En effet, les études n'ont pas réussi à générer une liste valide et sérieuse de caractéristiques dans toutes les situations (Gartner, 1988).

Pour répondre aux limites des approches centrées sur les caractéristiques individuelles, d'autres auteurs ont considéré l'entrepreneuriat comme étant déterminé par un contexte social, culturel, politique et économique. Cependant, la perspective de l'environnement global considère l'entreprise plutôt que l'entrepreneur comme l'objet d'analyse, la perspective de l'environnement proche ne permet pas d'expliquer les comportements différents des individus dans des environnements et ces contextes similaires. Les caractéristiques individuelles et les facteurs de contexte doivent être pris en compte. Les modèles d'intention entrepreneuriale inspirent aujourd'hui le plus grand nombre de chercheurs en entrepreneuriat. Des exemples modèles qui se situent dans cette approche sont ainsi présentés.³⁴³⁵

2.5.1.1. Théorie de l'action raisonnée d'Ajzen et Fishbein (1975) :

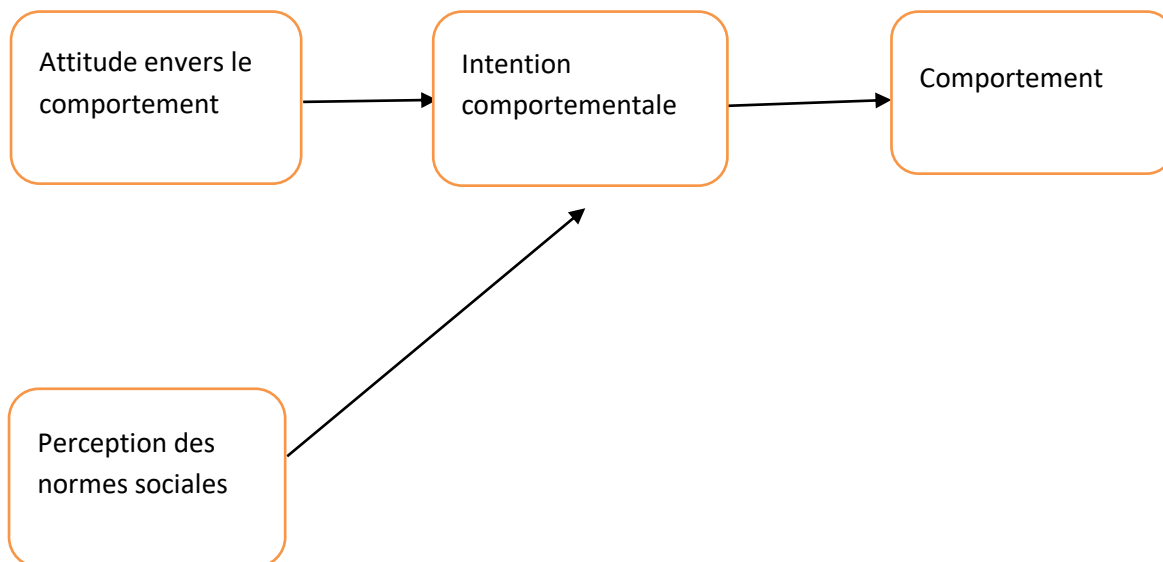
C'est un modèle provenant de la psychologie sociale développé par Fishbein et Ajzen en 1975. Ce modèle définit les liens entre les croyances, les attitudes, les normes, les intentions et les comportements des individus, il a pour principal objectif de prédire et de comprendre les comportements sociaux volontaires.

Selon cette théorie, l'attitude d'une personne serait déterminée par son intention comportementale à adopter. Cette intention serait quant à elle déterminée par l'attitude de la personne et par ses normes subjectives relatives au comportement en question. Dans le modèle de l'action raisonnée, les attitudes prédisent les intentions qui, à leurs tours prédisent le comportement. L'intention est considérée comme un médiateur entre les attitudes et les comportements. Il s'agit principalement des comportements volontaires et raisonnés.

³⁴ Wang .ya op cite p 29

De façon globale, Ajzen et Fishbien présentent la décision de s'engager dans un comportement donné en fonction de l'attitude portée à l'égard de ce même comportement et de la norme subjective figurée par l'avis et l'opinion de ce qu'un entourage (perçu comme référence par l'individu) pense du comportement à adopter par la personne en question. Comme nous le présentons dans la figure ci-dessous :

FigureN°02 : Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbien, 1975)



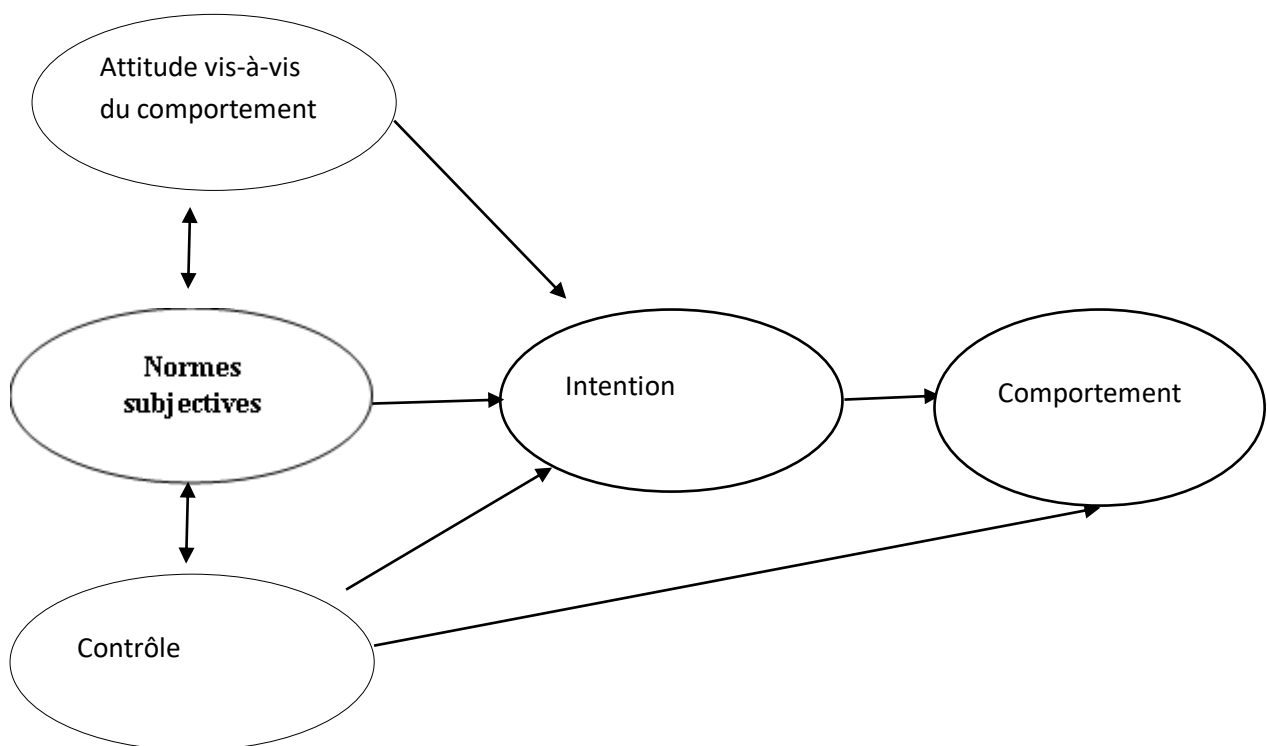
Source : Salah Kouba, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat »

Cependant, plusieurs recherches ont critiqué le modèle de l'action raisonnée, notamment à cause de l'aspect obligatoirement raisonné du comportement. Pour répondre à ces critiques, cette théorie a été révisée par Ajzen (1985), lui-même, qui a apporté une amélioration au modèle de l'action raisonnée en intégrant une nouvelle composante « contrôle comportementale perçu ». Ceci a donné naissance à la théorie du comportement planifiée (Ajzen, 1991).

2.5.1.2 Le modèle du comportement planifié d'AJZEN .I (1991) :

La théorie du comportement planifié selon Ajzen (1985, 1991, 2005), a émergé dans le champ de la psychologie sociale comme un moyen de prédire le comportement. Elle part du constat que les individus prennent des décisions raisonnées et que le comportement est le résultat de l'intention de s'y engager. Plus l'intention est forte, plus la personne fera d'efforts pour aller vers ce comportement et plus il sera probable qu'elle s'engage dans ce comportement (Steg&Nordlund, 2013). L'intention dépend de trois variables (en bleu ci-dessous), comme on peut l'apprécier dans le diagramme suivant

Figure N°03 : Le modèle de la théorie du comportement planifié AJZEN, 1991



Source : La théorie du comportement planifié (TPB) d'après Ajzen 1991 (p.182), cité par Alain Fayolle et Jean-Michel, dynamique entrepreneuriale, p.113.

Explication de cette figure :

D'après l'auteur de cette théorie, le fait que la décision d'effectuer un comportement soit réfléchi veut dire que la personne prend en compte toutes les informations dont elle dispose, estime les implications de son action et évalue les conséquences possibles (Giger, 2008). La décision de mettre en œuvre une conduite est donc envisagée comme raisonnée, planifiée et contrôlée. Cependant, le fait que la décision soit raisonnée ne veut pas dire qu'elle est

rationnelle ou qu'elle est basée sur des règles objectives et logiques, mais tout simplement que la personne passe par un moment de délibération interne, même très court, avant d'agir.

Dans cette théorie, les attitudes reflètent dans quelle mesure l'engagement vers tel ou tel comportement est évaluée manière positive ou négative par la personne.

Exemple : une personne peut avoir une attitude positive envers l'action de faire le tri mais une attitude négative envers l'action de faire un compost chez elle. Les attitudes sont basées sur l'aperception des possibles : coûts/bénéfices du comportement et du degré d'importance qu'une personne lui donne. D'un côté elle peut penser que faire un compost chez soi n'est pas pratique et demande beaucoup de temps et d'entretien, et évaluer le facteur de la praticité comme très important. D'un autre côté, elle peut penser que faire un compost est utile et favorable pour l'environnement, mais donner moins d'importance à ces facteurs. Cela donnerait comme résultat une attitude négative envers le compostage car les facteurs que cette personne considère comme négatifs sont plus importants que les facteurs perçus comme positifs.

Ensuite, les normes subjectives correspondent à l'évaluation que les personnes ou les groupes importants pour

L'individu fait de son comportement, c'est-à-dire la pression sociale perçue par l'individu. Dans ce cas-là, l'évaluation des coûts/bénéfices est de nature sociale. Les normes subjectives se basent sur les croyances de l'individu concernant les attentes des groupes de référence pertinents, par exemple les amis, la famille, le groupe de voisins, etc. Cela est modéré par la motivation à se soumettre, c'est-à-dire la volonté de l'individu de répondre ou non à ces attentes.

Exemple : le conjoint d'une personne peut considérer comme très positif le fait de faire un compost et avoir des attentes pour qu'elle le fasse, (supposons que la personne valorise beaucoup l'opinion de son conjoint). En même temps, ses amis peuvent considérer que le compost n'est pas pratique et l'encourager à ne pas le faire, (mais elle donne moins d'importance à leur opinion et donc a moins de motivation pour répondre à leurs attentes). Dans ce cas-là, cette personne aurait une norme subjective en faveur de faire un compost.

Enfin, le contrôle comportemental fait référence à la facilité ou la difficulté perçue vis-à-vis de la réalisation du comportement (perception qu'a l'individu de la faisabilité du comportement). Ce contrôle comportemental peut-être influencé par les expériences passées

mais aussi par les obstacles anticipés. Cette variable peut influencer la mise en place du comportement de manière indirecte ou directe.

Exemple d'influence indirecte : quand une personne pense qu'il faut avoir beaucoup de temps pour entretenir un compost et qu'elle n'a pas assez de temps, elle aura une perception du contrôle et comportemental faible par rapport à ce comportement.

Exemple d'influence directe quand une personne n'a pas des composteurs près de chez elle, on parle d'une influence directe, où le contrôle comportemental perçu se rapporte au contrôle réel que la personne a sur le comportement.

D'autres facteurs comme la socio-démographie, les croyances et les valeurs sont aussi pris en compte en estimant qu'ils influencent le comportement de manière indirecte à travers les trois variables au paravant décrites : les attitudes, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu.

Exemple : si une personne a des fortes valeurs en faveur de l'environnement, cela peut provoquer une attitude positive envers le compostage et une attitude négative envers le fait de ne pas trier ses déchets. Pour parler du facteur sociodémographique, une personne qui habite à la ville et qui a moins de place chez elle, aura une perception du contrôle comportemental plus faible vis-à-vis de l'action de faire un compost qu'une personne qui habite à la campagne qui aura plus de place pour le faire.

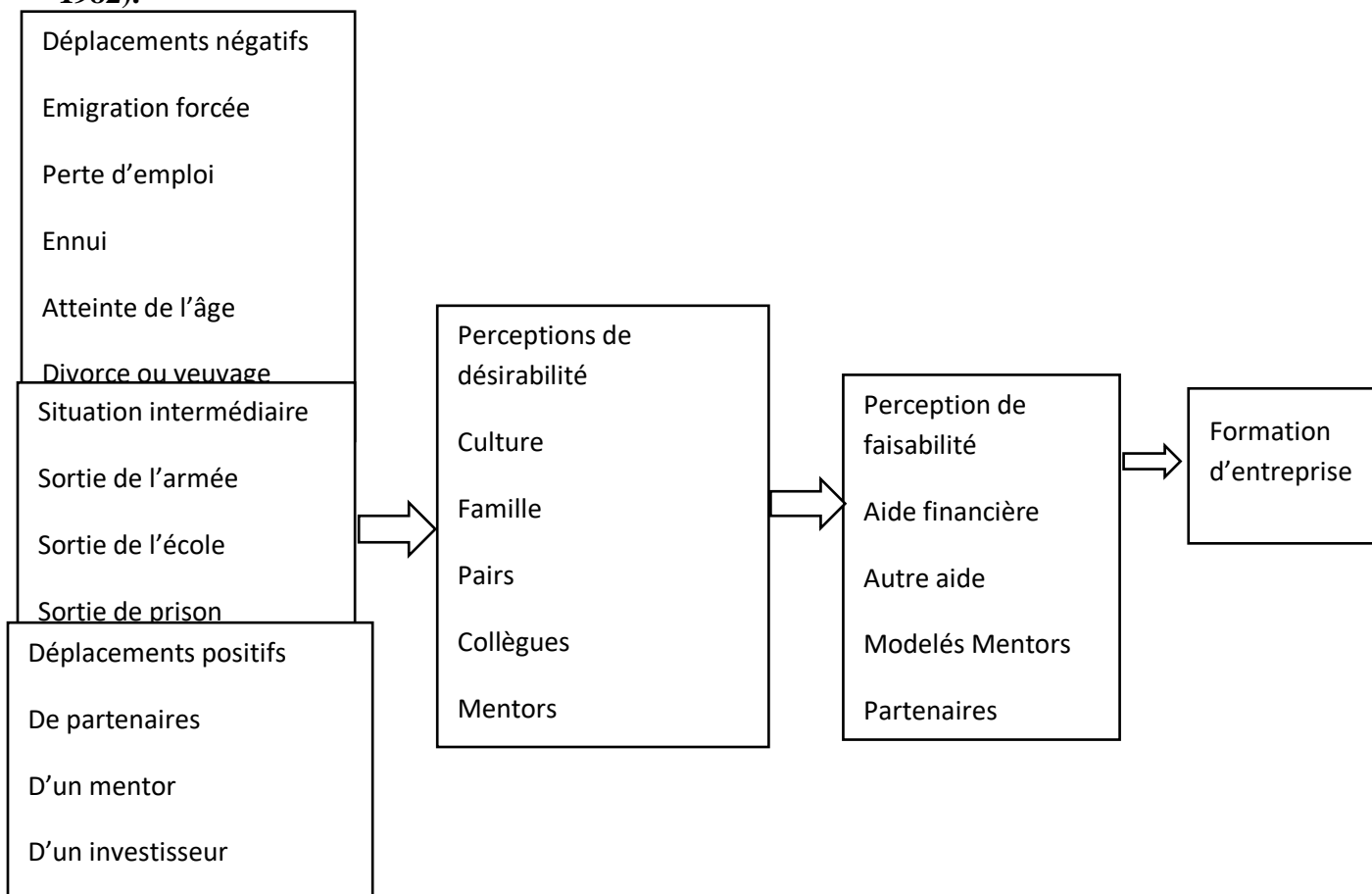
2.5.3.1 La théorie de l'événement entrepreneurial de SHAPERO et SOKOL (1982) :

Le modèle de SHAPERO et SOKOL (1982) a pour objectif de décrire la formation de l'événement entrepreneurial. Selon KRUEGER et AL. (2000), l'intention de créer une entreprise découle des perceptions de désirabilité, de faisabilité et aussi d'une propension à agir lorsque des occasions se présentent. Selon ce modèle, l'individu se décide à entreprendre en prenant en compte trois éléments : sa propre perception de l'attractivité du comportement entrepreneurial, sa propension à agir au regard de ses intentions et enfin, sa perception de la faisabilité du comportement en question : il s'agit là du degré auquel l'individu pense qu'il peut créer une entreprise avec succès.

C'est le modèle pionnier dans ce domaine où il a été largement validé et développé par plusieurs auteurs (KRUEGER et CARSRUD, 1993 ; AUTIO et AL. 1997 ; KRUEGER et AL. 2000 ; TOUNES, 2003, 2006 ; FAYOLLE et AL. 2006 ; KLAPPER et LEGER-JARNIOU,

2006) pour analyser l'intention entrepreneuriale notamment dans le milieu des étudiants.³⁶Ce modèle met en évidence l'importance des systèmes sociaux et des valeurs culturelles dans la reconnaissance de l'opportunité et de la faisabilité de l'entrepreneuriat.

Figure N° 4: modèle de la formation de l'événement entrepreneuriale (Shapero et Sokol, 1982).



Le modèle de SHAPERO reste ouvert à l'influence de variables exogènes qui peuvent jouer un rôle dans l'évolution des perceptions de désirabilité et de faisabilité. Les déplacements sont de trois ordres : négatif, intermédiaire ou positif.

- Les déplacements négatifs (négative déplacement) : divorce, licenciement, émigration, insatisfaction au travail, etc. Qui ne sont généralement pas sous le contrôle de l'individu mais plutôt imposés par l'extérieur. Ces facteurs sont les plus fréquents, mais c'est souvent la combinaison de facteurs positifs et négatifs qui amènerait à la création d'entreprise.

³⁶Emin(2004)((Les facteurs déterminants la création d'entreprise par les chercheurs publics :application des modèles d'intention) revue de l'entrepreneuriat –vol3,n°1,p04.

-Les déplacements positifs (positive pull) : famille, consommateur, investisseurs, etc. Qui sont des événements relevant souvent de sources d'opportunités pas toujours professionnelles (comme en réponse à un passe-temps favori ou une occupation secondaire).

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

L'interaction entre les différents déplacements marque le changement de la trajectoire de vie de l'individu et sont, par conséquent, à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial. Ainsi à l'interface des déplacements positifs, négatifs et des situations intermédiaires, émergent deux autres variables explicatives de l'évènement entrepreneurial, à savoir les perceptions de la faisabilité et les perceptions de la désirabilité. Ces perceptions sont le fruit de l'environnement culturel, social et économique de l'entrepreneur.

- La perception de la faisabilité qui est le résultat de la perception de la présence du soutien et de la disponibilité des ressources financières, techniques et humaines nécessaires à la réussite du projet de création d'entreprise. Elle dépend également de la confiance que possède l'entrepreneur en ses propres compétences et de sa capacité de mener à bien les tâches nécessaires pour le bon déroulement du processus entrepreneurial.

-Les perceptions de la faisabilité sont le résultat de la perception des variables d'aide de différentes natures (ressources financières, humaines et techniques nécessaires). Dans ce sens, la disponibilité des ressources active directement une variable d'ordre psychologique : la propension à l'action.

Le modèle de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982) ne fait pas explicitement référence à l'intention. Tentant de combler cette limite, Krueger (1993), propose une reformulation des apports de Shapero et Sokol avec une réintégration plus concrète du concept de l'intention entrepreneuriale.

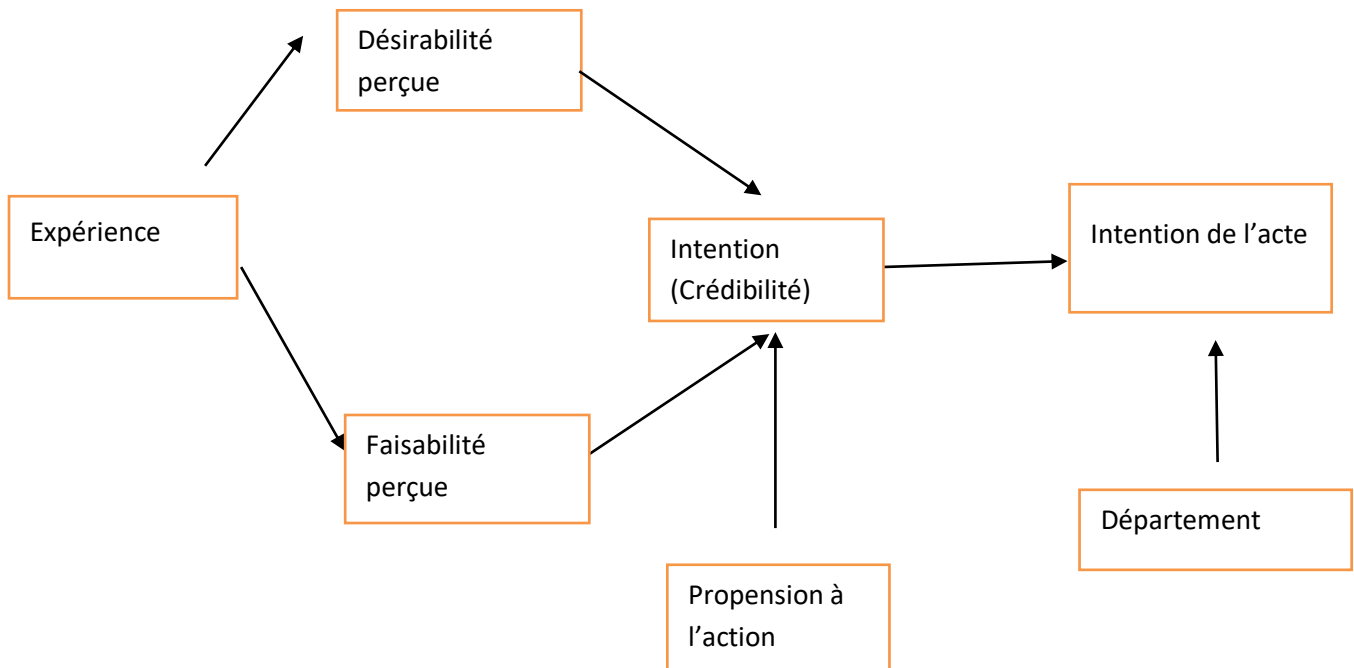
2.5.1.4 Le Modèle de KRUEGER et CARSRUD (1993) :

Krueger et Carsrud (1993) sont les premiers à utiliser la théorie du comportement planifié au champ de l'entrepreneuriat, ils reprennent le fait que la création d'une entreprise est un comportement planifié, qui peut être prédit par l'intention du comportement, lorsque on cherche à mieux comprendre des phénomènes rares. Autrement dit, étudier un comportement futur de création d'entreprise est inséparable des intentions qui animent les individus quant à la manifestation de ce comportement. En amont l'intention représente le meilleur prédicateur de l'acte d'entreprendre. L'événement entrepreneurial est conçu comme un phénomène complexe mais reposant sur une trajectoire linéaire. La relation entre action et intention est indirecte dans le sens où elle est influencée par les variables explicatives ou les « déplacements ». Cependant, Krueger s'aperçoit que la variable « déplacement » n'ajoute rien à la compréhension du modèle. L'idée commune est suivante : pour que des individus développent une intention de créer leur entreprise et de passer plus tard à l'acte, il faut qu'ils aient des attitudes favorables envers l'acte d'entreprendre

Le modèle final proposé par Krueger et Carsrud combine en définitive les deux notions selon nous les plus pertinentes pour expliquer le déclenchement du processus : l'intention, à travers la théorie du comportement planifié, et le déplacement, issu des travaux de Shapero : -

- Les perceptions de désirabilité de l'acte se forment par le système de valeurs des individus, qui se construit par l'influence des facteurs sociaux et culturels, notamment celle de la famille et des parents. Les expériences antérieures, les échecs dans des aventures entrepreneuriales sont des facteurs qui renforcent les perceptions de désirabilité. Cette variable inclut à la fois l'attitude à l'égard de l'action et la norme sociale perçue proposées par Ajzen (1991).

- Les perceptions de faisabilité de l'acte se construisent sur les perceptions des variables de soutien et d'aide de différentes natures. Plus précisément, il s'agit des ressources financières, humaines et techniques. La disponibilité des ressources financières influence directement la propension à entreprendre selon Shapiro (1982)



Source : Krueger (1993, p.16), cité par BOURGUIBA Malek, op.cit, p.52. Le modèle de Davidson.

Ces travaux pionniers ont abouti à l'émergence du concept d'intention, autour duquel se sont construits une gamme assez large de modèles théoriques. Nous introduisons donc diverses contributions issues de ces modèles.

Le modèle théorique que nous avons choisi pour guider nos recherches est celui de la théorie de l'action planifiée proposé par Ajzen (1991). Ce modèle est l'un des modèles d'intention les plus utilisés. Il est généralement admis que les attitudes et les croyances prédisent les intentions, qui à leur tour prédisent les actions (Ajzen et Fishbien, 1980). Les intentions entrepreneuriales ont fait l'objet de nombreuses recherches. Beaucoup d'entre eux sont basés sur des modèles de psychologie sociale, et certains de ces modèles ont été proposés pour comprendre les intentions des entrepreneurs.

2.5.2. Les limitations des modèles d'intention :

2.5.2.1 La complexité de l'action – le passage à l'acte :

Si l'intention, sous certaines conditions, est un bon antécédent du comportement, il ne faut pas considérer que, dès lors qu'il y a l'intention, il y aura automatiquement comportement. Les exemples cités par Ajzen (1985) correspondent généralement à des comportements

contrôlables par des individus et pour lesquels la volonté joue un grand rôle (par exemple, la décision d'arrêter de fumer, des préférences électives à court terme, etc.) notamment nous pensons que le comportement entrepreneurial est plus complexe que les cas précédemment évoqués, donc moins facilement prédictible par l'intention. Plusieurs éléments entrent en jeu pour faire de l'intention un mauvais prédicateur de la création effective d'une entreprise. L'individu qui pensait être capable de faire face aux difficultés de l'action, peut s'être trompé dans l'évaluation de la difficulté de la tâche, des informations et des aides dont il pourrait bénéficier (Ajzen, 1985).

La force de caractère et la motivation sont donc des prédicateurs importants de l'intensité de la relation entre action et atteinte d'un résultat. L'individu peut aussi se révéler moins compétent que ce qu'il croyait. Les éléments externes et les situations non anticipées sont susceptibles de survenir et de modifier le contrôle réel qu'une personne a de la situation. Ainsi, le manque d'opportunité fait échouer une tentative de création. Ces facteurs ne conduisent souvent qu'à des modifications temporaires des intentions. Si un individu ne réussit pas après des efforts répétés, des modifications plus profondes d'intention risquent de se produire (Ajzen, 1987). L'intention est donc plutôt un prédicateur de la tentative d'atteindre un but, mais pas de l'action réussie (Ajzen, 1985).³⁷

2.5.2.2 L'instabilité d'intention – la trajectoire d'intention :

Les attitudes, les perceptions et l'intention peuvent évoluer dans le temps (Bird, 1992 ; Bruyat, 1993). Cependant, cette évolution de l'intention est rarement prise en compte lors de l'application des théories des intentions en entrepreneuriat (Shook et al, 2003).

Certains auteurs rappellent que l'intention n'est pas stable dans le temps (Audet, 2004 ; Moreau et Raveleau, 2006). Les travaux de Verzat et al. (2008) et Wang et al. (2008a) contribuent à confirmer cette instabilité de l'intention chez les élèves ingénieurs. Il s'agit d'un processus évolutif qui ne conduit au comportement que si l'intention reste stable dans le temps, ou si elle s'intensifie dans le temps. Dans les cas contraires, l'intention aura tendance à se dissiper au fur et à mesure des événements et circonstances de la vie et ne conduira pas à la concrétisation du comportement. Sheeran et Abraham (2003) suggèrent ainsi que la stabilité de l'intention soit le principal médiateur de la relation intention comportement, et spécifiquement lorsqu'il s'agit de comportements qui sont difficiles à atteindre et dont la mise

³⁷ Wong ya p 36.

en œuvre implique du temps et de l'effort. En effet, plus le temps entre l'observation de l'intention et la réalisation du comportement est grand, plus élevée sera la probabilité que des événements imprévus soient venus perturber l'intention (Ajzen, 2005). Dans ces cas, la stabilité de l'intention devient un réel indicateur de la force de celle-ci et ainsi de son pouvoir prédictif sur le comportement.

L'évolution positive du niveau d'intensité de l'intention peut favoriser la relation entre intention et comportement. Le passage d'une intention faible à une intention forte est révélateur d'une plus grande probabilité de réalisation du comportement. Bagozzi et Yi (1989) suggèrent qu'une intention d'intensité élevée (une intention bien formée) est un médiateur puissant de la relation intention – comportement. Ces auteurs suggèrent que le degré de formation de l'intention est principalement influencé par le degré de réflexion consenti au comportement. Plus un individu n'aura réfléchi aux conséquences d'un comportement intentionnel (avantages et inconvénients), plus son intention aura tendance à s'intensifier vis-à-vis du comportement en question. Les limitations des modèles d'intention nous conduisent donc à chercher s'il existe d'autres variables qui pourraient améliorer la compréhension des comportements entrepreneuriaux et de leurs liens avec l'intention. Les comportements entrepreneuriaux peuvent être abordés à partir de la notion « d'esprit d'entreprendre » qui est née récemment.

2.6. L'intention entrepreneuriale des étudiants :

Les expériences des pays industrialisés dans la création de la richesse par le développement et la diversification de l'appareil productif, interrogent et suscitent un intérêt grandissant auprès des pays en voie de développement et émergents. Ces dernières décennies, plusieurs études, ont réussi à faire le rapprochement entre l'entrepreneuriat et le développement économique des pays (thomas et mueller, 2000), lacération d'emplois (birch, 1987), la croissance économique (acsetarmington, 2003) et l'innovation (Reynolds et al., 1994).

Dans ce monde de plus en plus globalisé et concurrentiel l'activité économique devient une nécessité absolue pour les pays en développement pour la création de richesses et de l'emploi. L'entrepreneuriat fait aujourd'hui l'unanimité quant à son importance pour le développement économique des pays (Thomas et Mueller, 2000). L'activité entrepreneuriale

est associée à la création D'emplois (Birch, 1987), la croissance économique (Acs et Arlington, 2003) et l'innovation (Reynolds et al. 1994). Cet engouement pour L'entrepreneuriat se fait d'ailleurs sentir partout dans le monde, danses pays développés, certes, mais de plus en plus dans les pays en développement. C'est notamment le cas de l'Algérie, qui aspire et vise à assoir une politique future de développement drainée non pas par les hydrocarbures, mais plutôt par d'autres secteurs d'activité industrielle. À cet effet, plusieurs dispositifs ont été mis sur pied pour encourager et financer la création d'entreprises. Mais en raison de L'absence d'études sur cet objet de recherche, il demeure difficile de constater l'effet de ces mesures de soutien au démarrage, en particulier chez les étudiants universitaires, qui constituent une clientèle sensible à cet égard puisque sur un taux de chômage globale 10%¹, les diplômés universitaires sont les plus touchés avec 21.4%².

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons examiné les aspects théoriques de l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat est reconnu comme un phénomène omniprésent, multidimensionnel et complexe qui attire de plus en plus de chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion. Elle joue un rôle économique actif non seulement dans la création et la prospérité des entreprises, mais aussi dans l'organisation et la planification de la production et la prise de tous les risques.

À la fin de ce chapitre, nous voyons que l'intention entrepreneuriale est au cœur du processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté de l'individu d'accomplir des actes créatifs et d'entreprendre une action entrepreneuriale. Les recherches antérieures ont abouti à une notion d'intention sur laquelle s'est construit un assez large éventail de modèles théoriques. Plusieurs études ont été consacrées à la modélisation des intentions qui prédisent le comportement individuel. L'utilisation de l'intention repose sur l'hypothèse que le démarrage d'une entreprise correspond à des actions intentionnelles et planifiables (KRUEGER et CARSRUD, 1993). L'application de la théorie de l'action planifiée (AJZEN, 1991) au domaine de l'entrepreneuriat a permis l'innovation d'approches et de modèles basés sur l'intention depuis le début des années 1990. Son but, nous ne pouvons pas parler d'intention entrepreneuriale, mais de velléité (compris comme une intention fugitive, non suivie d'acte), de rêve ou d'imagination. En d'autres termes, L'intention représente le relais entre la logique mentale et la logique

d'action. « Généralement, plus une intention de s'engager dans un comportement est forte, plus sa

Chapitre II : L'intention entrepreneuriale en Algérie

Introduction

L'acte entrepreneuriale en Algérie est né dans sa majorité après l'indépendance, l'Algérie à commencer de changer son système économique avec la grande transformation économique dans le monde toute au long de la période postindépendance et j'usqu' a au début des années 80, les investissements sont toujours réservées à l'état, ilya aucun politique qui encourage le secteur privée.

A partir des années 1980 et jusqu'a a les années 1990 l'état a commencer de changer son comportement vis –a vis du secteur privées et devient un incitateur pour les investissements privées cela justifié par la crise économique qui a réduit la capacité budgétaire de l'état et trouve que les entreprises privées c'est la meilleure solution pour la création d'emploi et la réduction de taux de chômage qui augmente rapidement et qui touche beaucoup plus les étudiants .

Petit a petit l'entrepreneuriat en Algérie se développe et la culture de création d'entreprise et la création d'emploi et la transformation des idées vers des projets marque sa naissance chez les jeunes algérienne ,et surtout avec les dispositifs d'aide et les engagements pris par l'état pour encourager les jeunes a la création des PME comme l (ENSEJ) (ENJEM)etc. et les crédits bancaire tout ça crée un environnement économique pleine d'innovation et de création.

L'entrepreneuriat devient un domaine de recherche très important, et un domaine d'enseignement dans les universités et les instituts ce qui influence sur la pensée des étudiants vers la création d'entreprise et l'encourage bien sur a crée leurs propre emploi même avant de finir leurs études.

Dans ce chapitre qui sera consacré pour l'intention entrepreneuriale en va essayer de présenter l'évolution de l'acte entrepreneuriale et les différentes politiques de l'état pour encourager ce domaine, et comment ce domaine a vue son développement chez les étudiants algérienne.

Section 1 : L'entrepreneuriat en Algérie :

1.1Historiqueetévolution de l'entrepreneuriat en Algérie :

Melbouci (2008)¹ avait fait une distinction entre deux périodes cruciales marquant l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et de secteur privé en Algérie .Eneffet, elle possède en

¹Melbouci L 2008 OP.CIT

matière de la création d'entreprises une expérience particulièrement intéressante qu'elle a acquise tout au long des quatre dernières décennies. Il s'agit d'une expérience intervenue dans un pays qui a hérité à l'indépendance d'un nombre peu significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritable apprentissage pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui ; cette expérience se déroula en deux phases assez bien délimitées dans le temps

1-1 l'entrepreneur de l'Algérie indépendante :

1-1-1 les décennies 60-70 : la création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur :

Juste après l'indépendance, l'Algérie s'est engagée dans un ambitieux programme de développement visant à assurer la transformation locale des richesses et à accroître leur utilisation à l'intérieur de l'économie. L'objectif principal de la politique de développement suivie est de transformer l'économie algérienne en y implantant une industrie de base, en procédant à des transformations des rapports de propriété au sein de l'agriculture et maîtrisant le commerce extérieur à l'aide des instruments de l'Etat.

L'Etat comme instrument de réalisation et de réussite du projet du développement économique et social se voit confier trois fonctions essentielles : une fonction économique en tant que (grand entrepreneur) devant mettre en place et conduire une économie étatique moderne ; une fonction sociale redistributive faisant de lui un Etat-providence et enfin une fonction de socialisation et disciplinarisation du citoyen et de la société.

Pendant la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et investisseur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création mais aussi de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'Etat a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de leur gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations répétées d'assainissement financier prises en charge par le trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique.

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme (un profiteur) et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (charte nationale de 1976). Pour lutter contre toute

forme d'exploitation, l'Etat algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'Etat. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne (les codes d'investissement, 1963, 1966, et 1982).

Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement spécifique : marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'Etat, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

1.1.2 Les décennies 80-90 : désengagement de l'Etat et la naissance de l'entreprise privée:²

Au début des années 80, le processus de désengagement de l'Etat a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction.

La loi de 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer davantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations.

Toutefois, vu les événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique elle se lance, à la fin des années 1980, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérien.

1.1.2 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché :

La décennie 1990 marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'Etat, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation : libération des prix (loi 90-01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation salariés – employeur), abolition du monopole sur le commerce extérieur

²ABIR .F.(2019)((la banque mondiale revient sur les évolutions récentes de l'économie algérienne la croissance économique))wordpress le maghreb ,le quotidien de l'économie .
[http :www.le-maghreb.com](http://www.le-maghreb.com).

,ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés (ordonnance 95-22 du 26 août 1995, ordonnance 97-12 du 19 mars 1997) et création d'un marché financier en 1996.

D'un autre côté, l'Etat a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, Banque mondiale,...) d'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit et en desserrant l'état bureaucratique qui pèse lourdement sur son développement.

Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire garantit plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs en prenant soin de les orienter vers une dynamique beaucoup plus productiviste que spéculative.

L'Etat vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que

Pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire. A titre d'exemple, l'Etat a adopté en 2003 une action pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat.

Dans cette période de transition, l'Etat algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'Agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI) qui, grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise.

1.2: Regain d'intérêt pour la petite entreprise en Algérie :³

La période allant de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, le petit entrepreneur ou l'artisan de la période coloniale va céder brutalement la place au manager comme figure emblématique de la grande organisation industrielle, centralisée et bureaucratisée. Désigné par décret présidentiel, le manager ou le PDG de la grande entreprise publique est fasciné par deux choses : le gigantisme industriel et le pouvoir. Il met toute son énergie à développer l'entreprise non pas dans un souci de rationalisation de l'organisation du travail, mais dans l'objectif d'asseoir son pouvoir et d'élargir ses réseaux clientélistes. Peu importe si l'entreprise est rentable ou pas.

³APSI, Résultat de l'agence pour la promotion et soutien à l'investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI

Les restructurations économiques du secteur public devront mettre un terme aux privilèges et aux pratiques des managers qui doivent désormais rendre compte de leur gestion.

Mais ,le manque de souplesse de la grande organisation, du fait de son gigantisme et de sa dérive technocratique ,bureaucratique et clientéliste ,fait qu'elle a du mal à s'adapter aux aléas économiques .Cet intérêt récent des pouvoirs publics en Algérie pour l'entrepreneur ,qu'on ne cesse de présenter comme le nouveau héros d'une économie en transformation, une sorte de modèle social pour des populations en quête de promotion sociale, se comprend mieux .

L'assouplissement de la législation qui a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988 qui a libéré le plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux.De ce fait le nombre des PME/PMI privées est passé à 19843 entreprises.

L'autorisation aux investissements étrangers a été mise en place à partir de 1990 par la loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, puis avec le décret n°91-37 de la 19/02/1991, portant libération du commerce extérieur, le nombre d'entreprises privées a atteint 22382 entreprises en 1992.

L'année d'après d'autres mesures d'encouragement et d'appui aux PME/PMI par la création de plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement, et jusqu'à 2002 en dénombre 188564 PME/PMI qui emploient 731082. Aujourd'hui, la création de la TPE/PME/PMI occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien ,ce qui explique un phénomène démographique important dépassant la barre de 606737 entreprises et plus toujours en développement.

1.3 L'impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique :

L'entrepreneuriat joue un rôle particulier et indispensable dans l'évolution de système économique. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises

Des emplois au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

*les PME procurent plus de la moitié des emplois formels dans le monde.

*les PME apportent des solutions efficaces aux problèmes d'accès à l'énergie et à l'eau potable, aux services de santé et à l'éducation.

*Elles permettent aussi de réduire la pauvreté, promouvoir une prospérité partagée et favoriser une croissance tirée par le secteur privé dans les pays en développement.

De nombreuses études confirment ce rôle et les économistes s'accordent sur le fait que l'entrepreneuriat est souvent présenté comme la solution miracle. Les entrepreneurs lancent de nouvelles entreprises, créent de l'emploi, la compétition entre ces entreprises amènera un accroissement de la productivité à travers l'emploi de technologies plus performantes,etc la combinaison idéale de facteurs pour avoir une croissance économique soutenue.

Pour résumer ce rôle, on peut dire que les activités entrepreneuriales conduisent à la valeur ajoutée et à la création de richesses, ce qui est primordial pour le développement industriel et économique du pays, à travers notamment ;

*Les PME emploient leurs ressources propres aussi bien que les emprunts pour la mise en place de leurs projets. Les entrepreneurs favorisent la formation de capital en mobilisant les épargnes publiques dormantes, en favorisant donc la formation de capital :

*les entrepreneurs jouent un rôle actif dans la réduction de problème du chômage régional et de l'amélioration du climat social ce qui ouvre la voie vers un développement économique. Une dynamique entrepreneuriale permettra de créer progressivement de plus en plus d'emplois indirects, en créant des opportunités à grande échelle.

*l'entrepreneuriat pousse à l'émergence d'activités secondaires, et permettent donc de donner un effet multiplicateur dans l'économie. Il stimule la redistribution équitable des richesses et des revenus dans l'intérêt du pays vers une population plus large couvrant de plus grandes zones géographiques et donnant ainsi des avantages à de plus grandes sections de la société.

*les entrepreneurs aident à éliminer les disparités régionales à travers la mise en place d'industries dans les régions reculées équilibrées ;

*Le développement des entreprises dans divers domaines conduit au développement des prestations publiques comme le transport routier, la santé, l'éducation, le divertissement, Cela permet à la population de bénéficier de biens de meilleure qualité à des prix inférieurs, se traduisant par l'amélioration de leur niveau de vie ;

*En effet, l'entrepreneuriat permet l'amélioration du niveau de vie, quant les PME adoptent les innovations dans la production d'une grande variété de biens et services à grande échelle

ce qui permet de réduire les couts. A ce effet, il faut souligner, que l'augmentation du niveau de vie de la population est un indicateur du développement économique du pays ;

*Ce processus aide à la substitution des importations et à la promotion des exportations afin d'assurer l'indépendance économique et l'amélioration de la balance commerciale, ce qui est un ingrédient important du développement économique ;

*Aussi, l'entrepreneuriat stimule l'innovation favorisée par l'évolution de la technologie .De cette façon, les entrepreneurs multiplient leurs activités en créant un environnement favorable propice à l'initiative d'entreprendre ce qui conduit au développement global des pôles économiques. Les entrepreneurs transmettent donc une impulsion pour le développement global de la nation :

*cette résultat est un indicateur de la croissance économiques. Les PME contribuent à l'augmentation du produit national brut, ainsi que le revenu par habitant de la population d'un pays, elles apportent de nouveaux produits et services et développement de nouveaux marchés pour la croissance de l'économie.

1.4 La liberté entrepreneuriale et création d'entreprise par les jeunes en Algérie :

1.4.1 La liberté entrepreneuriale en Algérie :

La liberté d'entreprendre est sérieusement entravée en Algérie pour des raisons de bureaucratie, de corruption, de taxation élevée et d'un cadre juridique difficile. Selon le rapport Doing Business 2008 de la banque mondiale l'Algérie est classé à la 132^e place, loin derrière les pays développés à l'instar du Canada et de la France, qui sont respectivement à la 8^{ème} au 32^{ème} rang.

Pire, l'Algérie, ces dernières années, est classée parmi les dernières en matière de réformes dans la zone MENA. par exemple, démarrer une nouvelle affaire en Algérie nécessite en moyenne 24 jours supposant 14 procédures. La bureaucratie est devenue à tel point flagrante que 40% des entreprises ne trouvent pas de terrains fonciers pour la réalisation de leurs projets. La corruption a atteint des seuils intolérables puisqu'elle affecte sérieusement la bonne gouvernance en Algérie. Malgré la loi n°06/01 du 20/02/2006 relative à la ((prévention et lutte contre la corruption)), les scores du niveau de corruption obtenus par l'Algérie reste très faible. L'indice de perceptions de la corruption (IPC) pour 2008, calculé par Transparency

International, est de 3,2 sur une échelle de 10. A titre de comparaison il est de 8,7 au Canada et de 6,9 pour la France.

La pression fiscale en Algérie est des plus élevée de la zone MENA. Selon le rapport de la Banque Mondiale l'imposition touche 74,2% des bénéfices des entreprises. Ce taux est aberrant pour une économie dépendante des recettes pétrolières. Le budget de l'Etat est majoritairement financé par les recettes pétrolières alors que la fiscalité ordinaire n'arrive même pas à couvrir le budget de fonctionnement. Le cadre juridique est moyen et peu propice aux affaires. Le rapport D'ing Busines 2008 confirme la médiocrité du cadre juridique puisque la note attribuée à l'Algérie, en termes de protection des investisseurs, est de 5,3 sur une échelle de 10.

1.4.2 La création d'entreprises et la politique de soutien à l'emploi des jeunes :

⁴Conscient de l'importance des jeunes et des PME, le gouvernement algérien a mis en place un dispositif d'aides variées aux jeunes créateurs de PME.

Les programmes d'assistance à l'entrepreneuriat des jeunes ne datent pas d'aujourd'hui.

A contrario, les pouvoirs publics algériens ont toujours mis en œuvre des mesures pouvant soutenir et développer l'esprit d'entreprise.

La création de PME Par les jeunes bien qu'accentuée par ce dispositif d'aides riche et varié, pose un certain nombre d'obstacles aux jeunes lauréats. Ces contraintes sont liées d'un côté à l'environnement externe hostile à la création à savoir le financement, la lourdeur et complexité administrative, la réglementation non adaptée.. etc. ; et de l'autre côté les contraintes internes inhérentes aux capacités managériales expliquées principalement par le manque de formation tant à l'esprit d'entreprise qu'à la gestion et l'absence d'accompagnement en termes d'assistance et de conseil.

Il n'est pas sans intérêt de souligner que le gouvernement algérien a entrepris bien de mesures depuis le début de 2000 dans le sens de combler les insuffisances apparentes du dispositif d'aides spécifiques aux jeunes créateurs de PME.

Ainsi, la création d'entreprise en Algérie est devenue un moyen de création d'emplois et de lutte contre le chômage. La fonction de l'entrepreneur est créée par la contrainte sociale.

⁴ONS,(2010),op cit

Pour bon nombre de créateurs, l'objectif principal visé n'est pas l'entreprise capitaliste classique, mais simplement un moyen d'accroître les revenus et de procurer des emplois aux membres de la famille, c'est presque un entrepreneuriat de survie.

Pour les sans emplois, qui n'ont pas réussi à intégrer la haute sphère administrative et politique dont rêvent tous les jeunes, la création de son propre emploi est vécu comme un échec social. Ainsi donc, la création d'entreprise constitue une forme de lutte contre la précarité. Par conséquent, l'entrepreneuriat en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité et non d'opportunité.

Quantité d'individus créent une entreprise par défaut pour échapper au chômage et non en réponse à un véritable besoin d'indépendance pour valoriser une invention dont ils sont les créateurs. Enfin, il est bon de signaler que l'entrepreneuriat en Algérie relève d'une forme d'auto emploi, ce que les américains appellent le (Self-employment) c'est-à-dire qu'une personne n'a finalement pas d'autre choix que de créer son propre emploi.

1.5 Les procédures de la création d'entreprise en Algérie :⁵

D'après l'étude faite par Rêdha.B, sur les procédures de création d'entreprise en Algérie comparées avec deux pays en développement et deux pays développés, suite à une étude de la Banque Mondiale sur les procédures de la création d'entreprise, une comparaison a été faite entre 178 pays. La comparaison s'est faite sur les indicateurs suivants : le nombre de procédures, la durée de chaque procédure, le cout des procédures, le cout de l'enregistrement de l'entreprise ainsi que le capital minimum pour la création d'entreprise.

L'Algérie se place quasiment en dernière position par rapport à ses voisins (le Maroc et la Tunisie) sur la majorité des procédures liées à la création d'entreprise. L'un des principaux indicateurs est le nombre de démarches administratives pour enregistrer une nouvelle société.

En Algérie il faut 14 démarches ou procédures pour enregistrer une entreprise ce nombre est supérieur à celui de la Tunisie (10 procédures) et presque le triple de ce qui se passe au Maroc et en France (respectivement 6 et 5 démarches). A noter qu'au Canada, deux procédures suffisent.

⁵Mahmoud ,s (2016) ((Aperçu sur l'économie algérienne de 1962 à 2015)wordpress article concernant le passé le présent et le futur de l'économie algérienne disponible sur l'eurl

Le traitement des procédures par les organismes compétents en Algérie dure 24 jours par procédure, alors qu'au Maroc la durée est de 12 jours, en Tunisie elle est de 11 jours, en France 7 jours suffisent. Quand au Canada il reste très souple par rapport aux autres pays avec seulement 3 jours par procédure.

Sur le plan financier, l'entrepreneuriat algérien est encore pénalisé par le système comme le montre l'étude de la Banque Mondiale. En calculant le coût officiel de l'enregistrement d'une entreprise par le rapport du produit national brut par habitant (PNB/h), l'étude montre que ce coût s'élevait à 13,2% du PNB/h en Algérie contre 11,5% au Maroc et 8,3% en Tunisie. En France et au Canada le coût d'enregistrement est quasiment nul (respectivement 1,1% et 0,9%).

En fin, en ce qui concerne l'apport minimum du capital de l'entreprise, le calcul et également en pourcentage du PNB/h L'Algérie avec un apport minimum de 45,2% du PNB/h se place devant le Maroc avec 59,8% du PNB/h. La Tunisie, quant à elle, a réduit l'apport à 25% du PNB/h. En France et au Canada l'apport est quasiment nul. Cette enquête fait apparaître significativement que la création d'entreprise en Algérie est difficile par rapport à ses deux voisins (Tunisie et Maroc) et paraît insurmontable comparée à deux pays développés (France et Canada). S'il existe des frontières de part la géographie, il existe également des frontières dans les domaines économique et financier qui sont très difficiles à franchir.

Finalement, on remarque que les conditions de création d'entreprise sont loin d'être optimales en Algérie et l'activité entrepreneuriale diffère d'un pays à l'autre. Ce qui détermine que l'Algérie semble être dans une position peu avantageuse pour la majorité des procédures liées à la création d'entreprise. L'un des principaux est le nombre de démarches administratives pour enregistrer une nouvelle société.

1.5.1 Les difficultés d'accès au financement :

L'accès au financement soulève des difficultés en termes de garanties, d'exigences administratives et de procédures demeurent trop longues et compliquées (source Rapport Invest in Med ,2010) .Un système de financement efficace est partant indispensable car le pourcentage d'entrepreneurs naissants nécessitant un financement au-delà de leurs ressources personnelles s'échelonne de près de 70% en Algérie (source rapport GEM).Le seul paramètre financier de l'Algérie est celui de l'insolvabilité. Cependant, les banques et organismes de prêts prudents lors de l'octroi de crédits.La principale cause à cela n'est pas le manque de liquidité, mais une aversion au risque très importante dans la mesure où la gestion de risque

n'est pas bien maîtrisée par ces organismes. Face à une telle situation, d'autres modes de financement priment sur le financement bancaire, à savoir l'aide financière que le porteur de projet peut espérer trouver dans son réseau social (Benredjem, 2010). Une autre raison qui freine l'accès au financement est que le taux de recouvrement par les organismes prêteurs reste relativement faible. Selon l'article (Business School, 2014), le directeur du crédit au crédit populaire Algérien (CPA) qui était en charge d'examiner les dossiers déposés dans le cadre des différents dispositifs d'aide au micro-financement initiés par l'Etat, et que les demandes de financement dans certains secteurs d'activités comme le transport et les services étaient presque systématiquement refusées. Pour causer le taux de recouvrement dans ces secteurs est le plus faible.

1.6 Les dispositifs d'aide et d'encouragement à la création d'entreprise en Algérie :

Pour soutenir le développement de l'économie en Algérie, et changer la situation de l'entrepreneuriat et encourager le jeune Algérien pour créer son propre entreprise et mettre fin pour tout la difficulté qui entravant la création de leur entreprise. L'Etat a décidé de encourager le secteur de l'entrepreneuriat avec la création des agences qui accompagnent les créateurs et l'encourage pour développer leur idée.

1.6.1. Les organismes

1.6.1.1 Institutions sous l'égide du ministère

Conseil National Consultatif pour la promotion des PME

Le Conseil national consultatif pour la promotion des PME est un organe consultatif, chargé de promouvoir le dialogue et la concertation d'une manière régulière et permanente, entre les PME et leurs associations professionnelles d'une part et les pouvoirs publics d'autre part, sur des questions d'intérêt national portant sur le développement économique et particulièrement sur la promotion des PME et de l'artisanat. Le conseil a pour objectifs :

- D'assurer le dialogue et la concertation d'une façon régulière et permanente entre les pouvoirs publics et les partenaires socio-économiques sur des questions d'intérêt national portant sur le développement économique et particulièrement sur la promotion des PME et de l'artisanat ;
- d'encourager et de promouvoir la création de nouvelles associations professionnelles ;

- de collecter l'information économique auprès des associations professionnelles et des organisations patronales et d'une manière générale auprès des espaces intermédiaires devant servir à l'élaboration des politiques et stratégies de développement du secteur.

□ Centres de facilitation

Les centres de facilitation sont des établissements chargés des formalités de constitution, d'information, d'orientation, d'appui et d'accompagnement des petites et moyennes entreprises en activité ainsi que des porteurs de projets. Ils ont pour objectifs :

- d'offrir un guichet adapté aux besoins des créateurs d'entreprises et des entrepreneurs ;
- de développer la culture d'entreprise ;
- d'assurer la gestion des dossiers devant bénéficier de l'aide des fonds créés auprès du ministère de la PME conformément à la réglementation en vigueur ;
- de réduire les délais de création, d'expansion et de reprise des entreprises ;
- de favoriser le développement de nouvelles technologies auprès des porteurs de projets ;
- de créer un lieu de rencontre entre les milieux d'affaires et les institutions et administrations centrales ou locales ;
- de stimuler la valorisation de la recherche par la création d'un climat d'échange entre les porteurs de projets, les centres de recherches, les sociétés de conseils, les organismes de formation, les pôles technologiques, industriels et financiers ;
- de favoriser le développement du tissu économique local ;

*de promouvoir et favoriser la diffusion du savoir-faire.

*de valoriser les compétences humaines et rationaliser l'utilisation des ressources financières ;

*de constituer une base de données sur la densification spatiale du tissu PME et sur les veilles technologiques.

- de diffuser les dispositifs d'aide et de soutien aux PME ;

- d'accompagner les PME dans l'intégration économique nationale et internationale.

1.6.1.2 Les pépinières d'entreprises :

Elles sont des établissements publics à caractère industriel et commercial, dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière, créés en 2003 sous formes de trois catégories :

- *Atelier : c'est une structure de soutien aux détenteurs de projets dans le secteur de l'industrie et de l'artisanat ;
- *Incubateur : structure d'appui qui prend en charge les porteurs des projets dans le secteur des services;
- *Hôtel d'entreprise : destinés aux porteurs des projets issus du domaine de la recherche.

En générale, les pépinières d'entreprises sont chargées de :

- *accueillir et accompagner les entreprises nouvellement créés pour une période déterminée
- *gérer et louer des locaux aux PME. Donner des orientations et des conseils dans le domaine comptable, juridique, financier et commercial.

1.6.2Fond de garantie des crédits à la PME

Ce fond a été créé par le décret N° 02/373 du 11/11/2002. C'est un établissement public, sous l'autorité du Ministère des petites et moyennes entreprises et l'artisanat, ayant une personnalité morale et une autonomie financière et il a entamé officiellement ses activités, le 14 Mars 2004. La création du FGAR obéit à la volonté des pouvoirs publics de mettre en place des mécanismes permettant de faciliter le financement lors de la création et de l'extension d'une PME.

- *Le fond a pour mission : d'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de : création d'entreprises, rénovation des équipements et extension de l'entreprise.
- *de se prononcer sur l'éligibilité des projets et les garanties demandées,

*de prendre en charge le suivi des opérations de recouvrement des créances en litige.

*d'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du Fonds.

*de promouvoir les conventions spécialisées qui prennent en charge les risques entre les PME, les banques et les établissements financiers,

*d'assurer le suivi des risques découlant de l'octroi de la garantie du Fonds et de délivrer les certificats de garantie pour toutes les formules de financement, etc.

1.6.3 Caisse de garantie de crédits d'investissement pour les PME (CGCI/PME)

Elle a été créée en 2004 afin de garantir le remboursement d'emprunts bancaires contractés par les PME au titre du financement d'investissements productifs de biens et de services portant sur la création et l'extension ainsi que le renouvellement de l'équipement de l'entreprise. Le capital autorisé de la caisse est de trente (30) milliards de DA. Le capital souscrit de la caisse est de vingt (20) milliards de DA dont 60 % pour le Trésor et 40 % pour les banques publiques (BNA, BEA, CPA, BDL, BADR ET CNEP). La garantie de la CGCI s'exerce selon des modalités bien précises, à savoir la couverture du risque à 80% dans le cas d'un financement de création de PME et la couverture du risque à 60% pour les projets de développement d'activité de production, au maximum de 50 million de Dinars.

1.6.4 Agence nationale de développement de la PME

Agence nationale de développement de la PME : Elle a été créée par décret exécutif N

05 165 du 03 mai 2005. C'est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'ANDPME est l'instrument de l'Etat en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la petite et moyenne entreprise particulièrement le programme de mise à niveau des PME. A ce titre l'Agence a notamment pour missions :

- De mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME ;
- De mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'en assurer le suivi ; De promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME ;
- De suivre la démographie des PME en termes de création de cessation et de changement d'activités ;

- De réaliser des études de filières et notes de conjoncture périodiques ;
- De collecter, d'exploiter et de diffuser l'information spécifique au domaine d'activité des PME ;
- De coordonner, en relation avec les structures concernées, entre les différents programmes de mise à niveau du secteur de la PME.

1.6.5 Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI)

Initialement APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement de 1993 à 2001, puis l'ANDI confiat de (ANDI. 2015) :

- assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements nationaux ou étrangers;
- informer et assister les investisseurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets ;
- faciliter l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et la réalisation des projets;
- octroyer les avantages liés à l'investissement ;
- gérer le fonds d'appui à l'investissement ;
- gérer le portefeuille foncier et immobilier destiné à l'investissement ;
- contribuer au développement et à la promotion de nouveaux espaces et formes d'investissement pour le marché national.

Dans la réalisation de ses tâches, l'ANDI associe un groupe d'organismes à savoir:

-Le Conseil National de l'Investissement (CNI): Il est placé sous l'autorité du premier ministre, chargé de proposer la stratégie et les priorités pour le développement des investissements ainsi que l'identification des avantages et des formes d'assistance pour ces derniers ;

-Le Guichet Unique: Il est créé au sein de l'ANDI un guichet unique regroupant les administrations et organismes concernés par l'investissement. Il a pour mission de vérification de la réalisation des facilités de procédures et des formalités pour la création des entreprises et

la réalisation des projets d'investissement à travers l'entretien des relations permanentes avec les organismes concernés : la Direction des impôts, la Direction de l'Emploi, Département du Trésor, les municipalités concernées.

-Fonds d'Appui à l'Investissement: Il est destiné à financer la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages octroyés aux entreprises et de la couverture partielle ou intégrale des travaux d'infrastructures de ces dernières.

1.6.6 Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat ANADE et ANSEJ :

Il s'agit d'un organisme national doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle a été créée en 1996 par le décret exécutif N° 96-296 du 8 septembre 1996, complété par le décret exécutif N° 03-288 du 6 septembre 2003. Elle a pour missions de :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement (Micro-entreprise) ;
- Notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes et autres avantages qu'ils ont obtenus ;
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers de charge qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- et Encourager toute autre forme d'action et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités des Micro-entreprises.

Un décret exécutif portant changement de dénomination et réorganisation de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) a été publié au Journal officiel (JO) no 70. Ainsi, l'ANSEJ est désormais dénommée «Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) », selon le décret exécutif no 20-329 du 22 novembre 2020 modifiant et complétant le décret exécutif no 96-296 du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, et changeant sa dénomination. Par ailleurs, le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits des jeunes

promoteurs pourra désormais assurer l'accompagnement et le suivi des jeunes promoteurs en difficulté de remboursement, selon un décret exécutif publié au JO n° 70⁶.

1.6.7 La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)

Caisse national d'assurance chômage (CNAC) est un organisme algérien chargé de l'indemnisation des salariés ayant perdu leur emploi pour raison économique, elle gère un fonds crédit pour la création d'entreprise, elle participation au service public de l'emploi.

La caisse nationale d'assurance-chômage a été créée en juillet 1994, en tant qu'institution publique de sécurité sociale. Depuis 2004, la CNAC est chargée de la mise en œuvre d'un dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs âgés de 35 à 50ans. La CNAC a trois missions :

- L'indemnisation de chômage des salariés qui perdent leur emploi pour raisons économiques ;
- La mise en place de mesure active d'aide à la recherche d'emploi ou à la reconversion
- Le financement de la création d'activités par des demandeurs d'emploi.

1.6.8 L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :

Créée par l'application du Décret exécutif n° 04-14 du 20/01/2004 portant la création et les statuts de l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit, en tant qu'autre dispositif de soutien à la création d'activités et à la lutte contre le chômage, en permettant aux jeunes de créer leurs propres activités économiques, elle a pour mission de (ANGEM. 2015) :

*Accompagner et soutenir les jeunes promoteurs à la mise en œuvre de leurs idées de projets en octroyant des PNR et toutes sortes d'aide aux bénéficiaires du micro- crédit

*Fournir aux jeunes promoteurs des formations liées à tous les aspects nécessaires à la création et la gestion d'une micro entreprise surtout aux bénéficiaires déclarés éligibles au financement triangulaire illustré au- dessous ;

*Aider à la commercialisation de la production des promoteurs d'activités au niveau local, régional ou national en organisant des salons d'exposition, ce qui permet d'acquérir de nouveaux marchés et expériences.

Section 02 :L'intention entrepreneuriale des étudiants Algériens :

L'entrepreneuriat se développe chaque jour dans le monde et devient un secteur nécessaire que tout les pays s'efforcent de transformer comme un mode de vie pour changer leur situation économique, et mettre fin au problème de chômage et d'emploi des jeunes, avec cette évolution de domaine de l'entrepreneuriat devient une spécialité très importante dans l'enseignement supérieur, l'université Algérienne fait partie de ce changement ou elle a ajouté l'entrepreneuriat au programmes universitaire pour former les jeunes dans la création des entreprises, et encourager la culture entrepreneuriale dans la société algérienne.

2.1 place de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur :

Aujourd'hui, tout le monde admet que l'entrepreneuriat s'apprend et peut faire l'objet d'un enseignement. De prime abord, L'entrepreneuriat a été considéré comme étant un des facteurs fondamentaux de la production et des services, en plus du capital, du travail et des ressources naturelles. Dans le monde contemporain, on pense que l'encouragement des activités entrepreneuriales est la clé du développement économique

L'entrepreneuriat est présent dans tous les domaines de l'activité humaine, de l'économie à la culture, à l'éducation, aux sports, etc. Il est désormais acquis que le système éducatif doit consacrer une place à part entière à l'enseignement de l'entrepreneuriat afin d'améliorer les aptitudes d'adaptation des individus et des organisations à un environnement de plus en plus globalisé, caractérisé par son incertitude et sa complexité. En effet, l'enseignement de l'entrepreneuriat commence à prendre de plus en plus de place. Ceci peut être justifié par le nombre de recherche et de chercheurs, le nombre des programmes enseignés, les chaires spécialisées et les établissements universitaires spécialisés dans ce domaine spécifique"

Les petites et moyennes entreprises (PME) offrent la plupart des nouvelles places de travail toutes les économies, à la fois dans pays développés et moins développés. Elles sont les moteurs de l'innovation, et du fait de leur flexibilité, elles peuvent s'adapter aux défis permanents du monde en changement, plus rapidement et de manière plus efficace. De cette manière nous arrivons aux universités, qui sont les meilleurs endroits pour l'innovation, ainsi que des endroits naturels pour la rencontre entre les savoirs et la pratique. Mais la réflexion sur le transfert des savoirs n'est pas la seule dimension de l'esprit entrepreneurial des universités.

L'entrepreneuriat est beaucoup plus que le transfert des savoirs et la capacité de démarrer sa propre compagnie. C'est plutôt un phénomène culturel et les universités sont aussi des lieux de la culture. Comme dans tout autre domaine, l'entrepreneuriat peut caractériser toute université.

De ce fait, Fayolle et Fillion ont proposé une conception de l'entrepreneuriat en le liant avec la problématique de l'éducation. Ces deux auteurs ne constatent que le concept d'entrepreneuriat est lié à trois registres différents : le mode de pensée, les comportements, les situations. Ces registres concernent deux dimensions de l'action organisée; à savoir une dimension

Individuelle et une dimension collective. Ainsi l'entrepreneuriat peut s'adresser à un individu, à un groupe, à une entreprise, à une autre organisation (association, administration publique) ou même à la société dans son ensemble.

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

Nous observons que l'entrepreneuriat d'une part, il est vu comme un moyen de développement des pratiques entrepreneuriales, et d'autre part, comme une méthode universitaire pour développer les attitudes, les perceptions et les mentalités entrepreneuriales. Après avoir traité l'enseignement de l'entrepreneuriat, nous allons présenter les trois niveaux d'apprentissages des programmes de formation.

2.2 Le niveau de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algériens :

Selon Aziz Nafa ,en marge de la conférence virtuelle sur l'entrepreneuriat les résultats obtenus dans son étude consiste en un travail de recherche sur l'intention d'entreprendre entre les étudiants algériens,canadiens et européens (français et belges),démontrent globalement que les étudiants algériens ont plus l'intention d'entreprendre que les Canadiens et les Européens.Toutefois ,il s'agit d'une analyse qui ne prend pas en compte les facteurs subjectifs, c'est-à-dire les éléments qui font partie de la personnalité de l'individu :c'est-à-dire

l'envie d'aller à la création la d'entreprendre ,etc. Donc les étudiants algériens ont tendance à aller vers l'entrepreneuriat non pas par envie ou culture d'entreprendre, mais parce qu'il y a un contexte socio-économique favorable. On entend par là, l'objectif fixé par les pouvoirs publics de créer un millier d'entreprises, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise. On peut que le taux de chômage en Algérie étant le plus élevé parmi la catégorie des jeunes diplômés 21.4%en 2010.Entreprendre serait donc un moyen de trouver une place dans la société.En d'autres termes c'est un entrepreneuriat de nécessité.⁷

2.3 Les facteurs expliquent la culture d'entreprendre chez les jeunes algériens :⁸

Souvent dire que les Algériens n'ont pas la culture d'entreprendre en raison, La culture d'entreprendre soit en l'à, soit on l'à pas. Généralement en Algérie les enfants issus des familles de chefs d'entreprise ont par exemple cette motivation d'aller vers la création d'entreprise, notamment la société algérienne est une société qui attend beaucoup de l'Etat et surtout ces dernières 20 années ,plus précisément avec les premiers plans d'accompagnement des jeunes, et après 1994 et le plan d'ajustement structurel, l'Etat a mis beaucoup moyens pour absorber le chômage et pour accompagner les chômeurs issus de la fermeture d'usines, des privatisations.

Ces différents dispositifs en été accompagnés par d'autres dispositifs l'ANSEJ et la CNAC au début des années 2000pour aider les jeunes qui arrivent sur le marché du travail et qui n'ont pas forcément des débouchés.Donc l'Etat Algérien est présente pour assister les jeunes dans la création de leurs entreprises et quelque part, ces différents dispositifs deviennent une arme à double tranchant, A la fois, on a envie d'absorber le taux de chômage et à la fois, on

Crée des assistées .Donc généralement la fonction publique et les avantages offerts par les multinationales ne favorisent pas l'orientation des jeunes vers le salariat plus que vers l'entrepreneuriat, car en Algérie pour les nouveaux diplômés, ce n'est pas tout le monde qui trouve du travail. Ceci amène certains de ces chômeurs à s'orienter vers des dispositifs tels que l'Ansej .Evidemment que beaucoup cherchent une place en tant fonctionnaires avec un travail pas trop fatiguant et un salaire adéquat, mais ce n'est pas ouvert à tout le monde.

⁷ Aziz Nafaéconomiste, chercheurs au centre de recherche en économieappliquée pour le développement de CREAD.Article ((entrepreneuriat de nécessité)djazaïress,publiée dans el watan le 18 février 2013.

⁸Mémoire (les déterminantes de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.) université de Bejaia

2.4 Le rôle de l'université algérienne sur l'intention entrepreneuriale des étudiants :

2.4.1 Présentation de la maison de l'entrepreneuriat de L'USTHB :

a. Définition et historique de la maison de l'entrepreneuriat :⁹

Est la première maison de l'entrepreneuriat en Algérie, et la première idée qui fait la relation entre l'entrepreneuriat et les étudiants, est créée par le BLEU en 2013 en collaboration avec L'ANSEJ, la maison de l'entrepreneuriat est une structure qui répond au besoin économique, et influence l'intention entrepreneuriale chez les étudiants.

Le mot ((maison)) se démarque de celui de centre ou d'institut qui renvoient beaucoup plus à des structures académiques, d'enseignement traditionnel. Le mot maison évoque une structure conviviale, où l'ambiance est agréable et propice à l'échange d'idées et au développement de l'esprit d'initiative.

b. Les missions de la maison entrepreneuriale :

La maison de l'entrepreneuriat son objectif est de développer la culture entrepreneuriale chez les étudiants et assurer l'émergence de nouvelles vocations d'entrepreneurs à travers trois axes majeurs :

1. Sensibiliser et diffuser la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur.
2. Amplifier et mutualiser les actions de formation.
3. Accueillir, orienter et accompagner les étudiants et les porteurs d'intentions d'entreprendre dans leur action de création d'activité économique.

La maison de l'entrepreneuriat a un élément clé dans la mise en place de l'écosystème d'innovation et d'entrepreneuriat, elle a su élargir son champ d'action par :

1. La stimulation de la créativité et de l'esprit d'entrepreneuriat, à travers :

*Un cycle de formation entrepreneurial en partenariat avec l'ANSEJ tout au long de l'année sur inscription au profit des étudiants et doctorants entrepreneurs.

*Organiser des conférences assurées par des experts en interne et en externe sur le processus de création d'entreprise et le métier de chef d'entreprise.

*Des témoignages de d'entrepreneurs talentueux ayant créés des entreprises en Algérie et /ou à travers le monde.

⁹ MOREAU et Ravaleau (2006) citè par lèna s p,68

2. Mise en réseau des étudiants et diplômés avec la communauté d'affaires à l'échelle locale et ou nationale à travers leur implication/encouragement dans l'organisation d'évènements initiés par l'université en vue de consolider leurs relations avec les entreprises et les principaux acteurs économiques. Ces évènements sont organisés d'une façon régulière ou ponctuelle (salon, forum/rencontre d'affaires).

L'Algérie compte des dizaines de pôles universitaires repartis sur l'ensemble du territoire national, au sein desquels sont dispensés des enseignements dans diverses spécialités, à 1.300.000 étudiants.

Ce riche potentiel mérite d'être mobilisé pour une participation active au développement économique et social du pays.

Dans cette perspective, la voie qui s'impose de plus en plus, s'avère être la création d'entreprise.

La maison de l'entrepreneuriat est l'outil approprié sur lequel s'appuie l'ANSEJ pour inculquer les valeurs entrepreneuriales et initier les jeunes étudiants à l'acte d'entreprendre pour concrétiser leurs idées et faire émerger des projets à forte valeur ajoutée qui contribuent dans le développement de l'économie nationale.

c. Activités de la maison de l'entrepreneuriat :

La maison de l'entrepreneuriat réalise des actions s'appuient sur un plan annuel décliné ainsi :

1. Journées d'informations et de sensibilisation, à caractère général.
2. Journées d'étude sur l'entrepreneuriat.
3. Universités d'été : cursus sur la création d'entreprise, avec la participation des partenaires de l'ANSEJ.
4. Tables rondes thématiques.
5. Concours du meilleur business plan.
6. Concours de la meilleure idée.

d. Organisation de la maison de l'entrepreneuriat :

La maison d'entrepreneuriat s'articule autour d'un comité mixte national et des comités mixtes locaux chargés de définir les programmes et de superviser leur mise en œuvre.

2.4.2. Le comité national mixte est constitué des membres suivants :

- *deux (02) représentants du Ministère du Travail, de l'Emploi et des Affaires Sociales -
- *quatre (04) représentants du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
- *deux (02) représentants de la Jeunesse. Agence d'emploi.

Il appartient à la commission d'élaborer un règlement intérieur sur ses modalités de fonctionnement. Ce dernier établit également un rapport annuel sur l'état d'avancement de la mise en œuvre du programme à transmettre aux ministres chargés de l'emploi, du travail et de la sécurité sociale, de l'enseignement supérieur et de la recherche.

2.4.3. Le comité local mixte au niveau de chaque institution universitaire est constitué des membres suivants :

- *Un (01) représente de la Direction de l'Emploi de Wilaya.
- * Deux représentants des sections locales de l'Organisation nationale de soutien à l'emploi des jeunes.
- *Deux représentants de l'institution concernée.

Ces commissions sont chargées d'établir un rapport annuel qu'elles soumettent au Comité National.

La généralisation du concept :

A tous les niveaux universitaires et grandes écoles en 2013 a été réalisée au niveau de l'enseignement supérieur grâce à une expérimentation pilote menée en collaboration avec l'Université de Constantine en 2007. Elle a été facilitée par les résultats obtenus. Pierre Mendès France, Université de Grenoble.

*** Évaluation quantitative :**

- * 58 Maisons d'entrepreneurs ont été construites à travers le pays.
- * Le taux d'inscription des diplômés universitaires dans le système ANSEJ est passé de 8% à 30% durant cette période (2008-2016).
- * La mise en œuvre du Plan d'action annuel a permis la mise en œuvre de 1 623 activités au cours de cette période (2013-Q1 2017).
- Le taux de création de petites entreprises par les diplômés est passé de 6 % en 2013 à 13 % en 2015 et 18 % en 2016.

***Grands Evénements :**

- Du 24 au 25 février 2016, nous organisons une Journée de l'Entrepreneur en collaboration avec l'Université et les Grandes Ecoles. Il vise à promouvoir et

faire connaître davantage le rôle de la maison de l'entrepreneuriat et son impact positif sur le développement de l'entrepreneuriat.

.- Le 9 mars 2017, en étroite collaboration avec le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Science, l'Ecole Nationale Supérieure de Gestion – ENSM-Pôle Universitaire – Koléa, a organisé le « colloque national sur la promotion d'une culture entrepreneuriale en milieu universitaire ». But de la recherche Utiliser l'expérience acquise par l'ANSEJ pour promouvoir l'entrepreneuriat en milieu universitaire. En marge de l'événement, une convention a été signée entre le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité sociale et le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique pour promouvoir une culture entrepreneuriale sur les campus universitaires et renforcer davantage les concertations et les partenariats entre eux. . Obtenez le soutien juridique de ce centre de ressources et d'expertise.

***Ces traités ont pour objet :**

a) La création de valeur entrepreneuriale : capter le talent des jeunes et leur savoir-faire et les voir comme des riches.

b) Entrepreneurs et Innovations : Ils sont eux-mêmes considérés comme des innovations sur le marché du travail.

c) Attirer davantage d'étudiants pour qu'ils entrent sur le marché du travail après l'obtention de leur diplôme.

d) réduire le chômage et exploiter la main-d'œuvre locale ou nationale.

Conclusion

Enfin, l'histoire de l'entrepreneuriat algérien peut être divisée en deux périodes. La première période correspond à la nationalisation des entreprises algériennes immédiatement après l'indépendance de l'Algérie, et la seconde période depuis les années 1980 où l'État a ouvert la porte à la création d'entreprises privées. Améliorer la situation économique du pays et abandonner les subventions aux revenus pétroliers. Afin de réduire le taux de chômage dans le pays, l'État algérien prendra une série de mesures pour aider notamment les jeunes diplômés universitaires à créer leur propre entreprise, tout en les dotant d'outils de bonne gestion et de bonne gestion pour assurer des formations par l'enseignement universitaire. Des réflexes managériaux suffisants pour exécuter les projets et assurer la pérennité de l'entreprise.

Chapitre III : L'intention entrepreneuriale des étudiants de spécialité entrepreneuriat.

Introduction :

L'objet de ce chapitre est de tenter d'apporter des éléments de réponse à la problématique. Le but de notre travail est de comprendre les intentions entrepreneuriales de nos étudiants. Enquêter sur l'entrepreneuriat étudiant revient donc à analyser les facteurs qui le déterminent : l'impact des programmes et de la formation en entrepreneuriat sur l'entrepreneuriat étudiant.

A cet effet, une enquête de terrain avec un questionnaire sera menée auprès d'un échantillon d'étudiants inscrits à l'Université de Bejaïa. Dans la première section nous t'entrons à présenter le lieu de recherche (Université de Bejaïa) et l'approche méthodologique. La deuxième section est réservé pour présenter les principaux résultats de l'enquête de terrain. Une interprétation des données pour confirmer ou réfuter l'hypothèse de départ.

Section 1 : Présentation de l'université de Bejaia et de la méthodologie de recherche :

Notre objectif de cette section est de présenter le lieu de notre enquête l'université de Bèjaia (campus Aboudaou) ainsi la présentation de la démarche méthodologique suivi dans notre recherche.

1.1 Présentation de l'université de Bejaia :¹

L'université de Bejaia, créée en octobre 1983, est un établissement public d'enseignement supérieur pluridisciplinaire qui dispose, actuellement, de quatre campus: TargaOuzemour, Aboudaou, El-kseur Elle tient ses origines des instituts nationaux d'enseignement supérieur (I.N.E.S) d'électrotechnique et des sciences de la nature (créés en 1983) et de chimie industrielle (créé en 1986)

Érigée en centre universitaire en 1994, puis en université en 1998, l'Université compte aujourd'hui plus de 42 000 étudiants encadrés par 1722 enseignants permanents, accompagnés par 1270 agents techniques et de services. De vocation pluridisciplinaire, elle couvre actuellement 12 sur les 14 domaines de la formation supérieure. Elle assure également la formation de médecine dans le domaine des sciences médicales.

¹ Guide étudiants 2022-2023

L'Université de Bejaia est composée d'un rectorat, d'un secrétariat général, de quatre (04) vice-rectorats et de huit (08) facultés. Chaque structure comporte des services administratifs et techniques.

Vice –rectorats :

- * Vice-rectorat de la formation supérieure du premier et deuxième cycles, la formation continue et les diplômes, et la formation supérieure de graduation.
- * Vice-rectorat de la formation supérieure de troisième cycle, l'habilitation universitaire, la recherche scientifique, et la formation supérieure de post-graduation.
- * Vice-rectorat du développement, de la prospective et de l'orientation.
- * Vice-rectorat des relations extérieures, la coopération, l'animation et la communication et des manifestations scientifiques.

Facultés :

Technologie

Sciences Exactes

*Sciences de la Nature et de la Vie

*Sciences Économiques,

* Commerciales et des Sciences de Gestion

* Droit et Sciences Politiques

* Lettres et Langues

*Sciences Humaines et Sociales

*Médecine

1.1.1 Présentation de la Faculté des sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion :

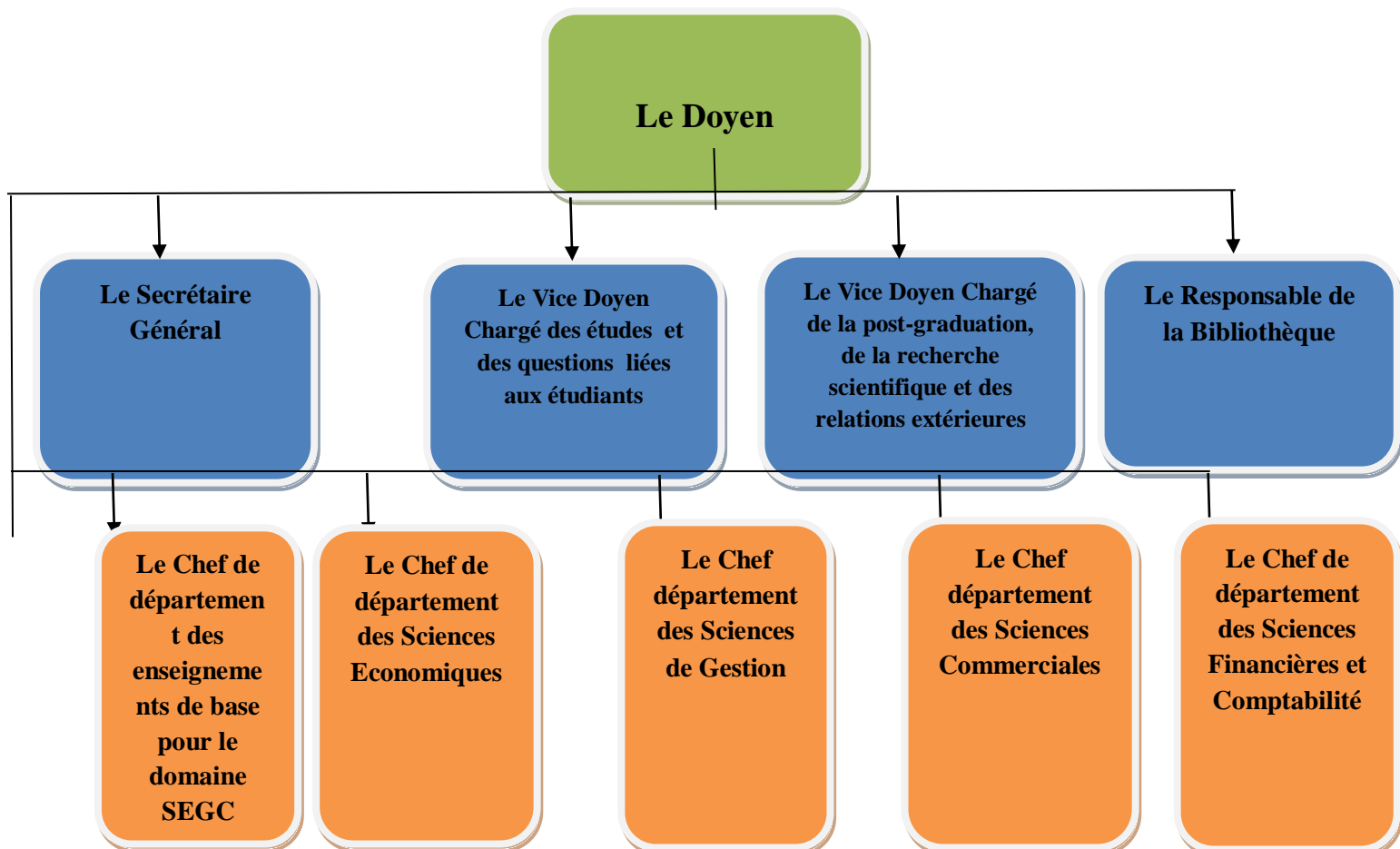
***Historique**

La faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion a été créée le 05/12/2010 par le décret exécutif n° 10-309 modifiant et complétant le décret exécutif n° 98-218 de la 07/07/1998 portant création de l'Université de Bejaia. Se situant dans le prolongement de l'ex-faculté des Sciences Economiques, des Sciences de Gestion et des Sciences Commerciales, créée le 11/09/2007, elle est issue de la restructuration de la faculté de Droit et des Sciences Economiques créée en décembre 1998.

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

- Le Doyen de la faculté ;
- Le Vice Décanat charge des études et des questions liées aux étudiants;
- Le Vice Décanat chargé de la post-graduation, de la recherche scientifique, et des relations extérieures;
- Le Secrétariat général ;
- Les Chefs de départements;
- Le Responsable du domaine;
- Les Responsables de filières;
- Les Responsables de Spécialités :²
- Le Responsable de la bibliothèque.

Figure N°1 :L'organigramme de la Faculté SEGC



Source : GUIDE DE L'ETUDIANT 2021/ 2022

² Guide étudiant 2022-2023

1.1.1.2 La faculté en chiffre pour l'année universitaire (2022 / 2023) :

Nous présentons l'effectif de la faculté SEGC comme suit :

Tableau n°1 : l'effectif de la faculté

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| Etudiants en graduation | 7187 |
| Etudiants en post-graduation | 188 |
| Enseignants | 243 |
| Personnel ATS | 79 |
| Spécialités en Licence | 8 |
| Spécialités en Master | 16 |

Source : Guide de l'étudiant 2022-2023.

1.2. Présentation de la méthodologie de recherche :

Cet élément introduit l'approche méthodologique utilisée pour mener la recherche. Nous allons présenter la conception et la mise en œuvre de l'enquête, la structure, les questions et les enquêtes par sondage. s'adressent aux étudiants de spécialité entrepreneuriat. La collecte des données a été réalisée en distribuant sur terrain un questionnaire contenant des questions sur le sujet de recherche. Les données obtenues ont été traitées statistiquement dans Excel.

1.2.1: Déroulement de l'enquête :

Dans ce travail sur terrain une enquête c'est déroulé au sein de l'université de Bejaia (campus Aboudaou), nous avons commencé notre enquête au milieu de mois de mai, nous avons distribué les questionnaires dans les classes et les amphis, et nous les avons récupérés après une semaine.

1.2.2 Présentation de questionnaire :

Dans ce questionnaire nous avons choisis les questions les plus importantes pour atteindre notre objectif de recherche et arriver aux résultats souhaités. Basé sur les différents modèles de l'intention entrepreneuriale les plus utilisés dans plusieurs recherches sur l'étude du comportement intentionnel.

Le questionnaire comporte 30 questions qui s'articulent autour de (04) principaux axes :

***Axe I :** Identification de répondant : compose de 5 questions dans le quelle notre objectif est de collecter et traiter les informations générales des étudiants enquêtés.

***Axe II :** Désirabilité entrepreneuriale : constitué de 12 questions dont l'objectif est de savoir a quelle mesure les étudiants ont l'intention et quelle sont les facteurs principaux qui influencent leurs intention entrepreneuriale.

***Axe III :** Faisabilité entrepreneuriale :il contient 03 questions dont le but est d'identifier les moyens et les capacités qui ont les étudiants enquêtés et les moyens qui manque pour la création de leur future entreprise.

***Axe IIII :** Impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale le dernier axe il compose 10questions dans le but est de savoir comment le système éducatif ou bien la formation universitaire influence l'intention entrepreneuriales des étudiants.

1.2.3 Information sur l'échantillon :

Dans notre recherche nous avons ciblés les étudiants des niveaux (L3, M1,M2)inscrits en entrepreneuriat parceque sont les plus proche a la réalisation de leur projets donc sont les plus qui ont l'intention entrepreneuriale notre échantillon compose de 50 étudiants .

Tableau n°2 :le nombre des étudiants de spécialités Entrepreneuriat par niveau

| Niveau d'étude | Effectifs | Pourcentage% |
|----------------|-----------|--------------|
| Licence | 64 | 31,06 |
| Master I | 96 | 46,60 |
| Master II | 46 | 22,33 |
| Total | 206 | 100 |

Source : plateforme E-Learning de l'université de Bejaia.

1.2.4 La taille de l'échantillon

Notre échantillon contient 33 étudiants sur une population de 206 étudiants.

Section 0 2 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête.

Dans cette section, nous tenterons de présenter les résultats de notre enquête par questionnaires, nous allons présenter les résultats collecter avec des tableaux .

2.1 Identification du répondant :

Dans cet axe nous allons collecter et traiter les résultats concernant les informations générales des étudiants enquêtés.

2.1.1 La répartition des étudiants selon le genre :

Pour identifier le genre des personnes enquête, notre échantillon ce présente a partir de tableau ci-déçus.

Tableau n°3 : Répartition selon le genre

| Genre | Effectifs | Pourcentage |
|----------|-----------|-------------|
| Féminin | 17 | 52% |
| Masculin | 16 | 48% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous soi a partir des réponses des étudiants.

A partir de ce tableau, nous constatons que la part du genre féminin est plus importante avec un taux de (52%) que celle de genre masculin avec un taux de (48%), cela explique par un taux de réponses au questionnaire plus forte par les femmes que par les hommes.

2.1.2 Répartition selon niveau d'étude :

Tableau n°4 : Répartition selon le niveau d'étude :

| Niveau d'étude | Effectifs | Pourcentage |
|----------------|-----------|-------------|
| Licence 3 | 9 | 27,27% |
| Master 1 | 11 | 33,33% |
| Master 2 | 13 | 39,39% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous-mêmes à partir des réponses des étudiants

Le tableau ci-dessus montre que le taux de réponse des trois niveaux et peu pour les étudiants de la formation licence avec un taux de (27,27%), Ensuite les étudiants de la formation Master 1 avec un taux de (33.33%),eta la fin le taux le plus élevée et ce des étudiants de Master 2,ce qui désigne que le taux le plus importante dans notre enquête et celui de la formation Master 2.

2.1.3 Répartition selon l'âge :

Tableau n°5 : Répartition selon l'âge :

| Age | Effectifs | Pourcentage |
|--------|-----------|-------------|
| 20-24 | 25 | 75 ,76% |
| 25-29 | 5 | 15 ,15% |
| 30 ans | 3 | 9,09% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous mêmes .

Le tableau n°5 montre que les étudiants les plus réponde au questionnaire sont qui ont l'âge de 20-24 ans avec un taux de (75,76%),Après les étudiants qui ont l'âge de 25-29 avec un taux de (15,15%),Ensuite les étudiants qui ont l'âge de 30 ans avec un taux de (9.09%),cela veut dire que le taux des étudiants le plus important et celui des qui ont l'âge de 20-24 ans .

2.1.4 Répartition selon la décision de choix de la spécialité :

Tableau n°6 : Répartition la décision de choix de la spécialité :

| Choix | Effectifs | Pourcentage |
|-------------------------|-----------|-------------|
| Choix personnel | 21 | 63,64% |
| Décision administrative | 12 | 36,36% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi pour nous même à partir des réponses des étudiants.

Dans ce tableau n°6 en remarque que les étudiants qui ont choisir cette spécialité enregistre un taux de (63,64 %) t plus que qui sont inscrits avec une décision administrative avec un taux de (36.36%).Cela veut dire que la majorité des étudiants ont choisi cette spécialités.

2.1.5 La cause principale de choix de cette spécialité :

La majorité des étudiants enquêtés on choisir cette spécialité pour évaluer leur compétences en entrepreneuriat.

2.2 La désirabilité entrepreneuriale :

Dans ce axe notre objectif est de collecter les informations importante pour savoir a quelle point les étudiants ont l'intention entrepreneuriale et quelle sont les facteurs les plus importante qui influencent leurs intention entrepreneuriale.

2.2.1 Répartition selon l'idée :

Tableau n°7 : Répartition selon l'idée:

| Avez-vous une idée ? | Effectifs | Pourcentage |
|----------------------|-----------|-------------|
| Oui | 28 | 84,85 % |
| Non | 5 | 15 ,15% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous même.

Dans ce tableau n°7 nous constatons que le taux des étudiants qui ont des idées et le plus élevée avec (84,85%) que celui des étudiants qui ont pas des idées avec un taux de (15,15%), cela veut dire que la plupart des étudiants ont des idées.

2.2.2 Répartition selon l'intention entrepreneuriale :

Tableau n°8 : Répartition selon l'intention entrepreneuriale

| L'intention | Effectifs | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| Oui | 30 | 91% |
| Non | 3 | 9% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous mêmes.

Ce tableau n°8 enregistre que les étudiants qui ont l'intention sont les plus dominants et enregistre un taux très élevé de (91%) par rapport au étudiants qui ont pas de l'intention ont un taux de (9%) seulement ce qui veut dire que la majorité des étudiants enquêtés ont de l'intention entrepreneuriale.

2.2.3 Répartition de l'intention entrepreneuriale selon le niveau d'étude :

Tableau n°9 : Répartition de l'intention entrepreneuriale selon le niveau d'étude :

| Niveau : | Oui : | Pourcentage : | Non : | Pourcentage : | Total : |
|--------------|-------|---------------|-------|---------------|---------|
| L3 | 8 | 26,60% | 1 | 33,33% | 9 |
| M1 | 10 | 30,33% | 1 | 33,33% | 11 |
| M2 | 12 | 40% | 1 | 33,33% | 13 |
| Total | 30* | 100% | 3 | 100% | 33 |

Source : établi par nous-mêmes a partir de réponses des étudiants.

NB : 30* il présente le total des étudiants qui ont l'intention des trois niveaux.

Ce tableau explique l'intention entrepreneuriale des étudiants selon leur niveau d'étude, nous les avons classés du plus petit au plus grand, nous avons commencé des étudiants de L3 qui avec un taux de (26,60%), après les étudiants de M1 avec un taux de (30,33%) ,et enfin les étudiants de M2 avec un taux de (40%) cela veut dire que les étudiants de M2 ont une grande place de cette répartition et sont les plus qui ont de l'intention entrepreneuriale par rapport au autres niveaux .

2.2.4 Répartition selon la forme de la création de l'entreprise :

Tableau n°10 : Répartition selon la forme de la création de l'entreprise

| Forme | Effectifs | Pourcentage |
|----------------------------|-----------|-------------|
| Création | 23 | 70% |
| Reprise | 3 | 9% |
| Réactivation | 2 | 6% |
| Profession libérale | 5 | 15% |

Source : établi par nous-mêmes.

Ce tableau n°10 montre que le taux le plus important et celui de sous forme de création d'entreprise avec (70%), le deuxième et celui de la reprise d'entreprise avec un taux de (9%), ensuite le taux de la réactivation avec un taux de (6%), et enfin ce de la profession libérale avec un taux de (15%), ce que veut dire que la plupart des étudiants enquêtés ont une intention très forte de créer leur propre entreprise.

2.2.5 Répartition selon la durée de l'intention :

Tableau n°11 : Répartition selon la durée de l'intention :

| La durée | Effectifs | Pourcentage |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Avant le Bac | 14 | 42,42% |
| Avant cette année | 12 | 36,36% |
| Durant cette année | 5 | 15,15% |
| Pas de réponse | 2 | 6,06% |
| Total | 30 | 100% |

Source : établi par nous mêmes.

Dans ce tableau n°11 nous constatons que le taux des étudiants qui ont l'intention avant le bac est le plus élevée avec un taux de (42,42%), après qui ont l'intention avant cette année avec un taux de (36,36%), Enfin qui ont l'intention durant cette année avec un taux de (15,15%), cela montre que la majorité des étudiants enquêtés ont de l'intention entrepreneuriale avant l'obtention de leur bac, ya aussi 2 personnes qui sont pas répondu sur cette question.

2.2.6. Répartition selon le domaine d'activité :

Tableau n°12 : Répartition selon le domaine d'activité :

| Domaine d'activité : | Effectifs : | Pourcentage : |
|----------------------|-------------|---------------|
| Industrie | 9 | 27,27% |
| Service | 7 | 21,21% |
| Agriculture | 5 | 15,15% |
| Artisan | 9 | 27,27% |
| Pas de réponse | 3 | 9 ,09% |
| Total | 33 | 100% |

Source : Etabli par nous-mêmes a partir des réponses des étudiants.

Dans ce tableau n°12 nous constatons le domaine le plus choisi par les étudiants sont les deux domaines l'industrie et l'artisan qui ont le mêmes taux (27,27%), après le domaine de service avec un taux de (21,21%), et la fin le domaine de l'agriculture avec un taux de (15,15%) cela veut dire que l'industrie et l'artisan sont les domaines les plus important dans notre recherche ,et ya des étudiants qui n'ont pas répondu sur cette question.

2.2.7 Répartition selon le début de collecte des informations nécessaire pour la création de l'entreprise :

Tableau n°13 : Répartition selon le début de collecte des informations concernant la création des entreprises :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|----------------|-----------|-------------|
| Oui | 23 | 70% |
| Non | 9 | 27% |
| Pas de réponse | 1 | 3% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous soi grâce au réponse des étudiants.

Le tableau n°13 marque une hausse dans le taux de la réponse oui des personnes qui sont commencez a collecter les informations concernant la création de leur entreprise avec un taux de (70%), et les personnes qui sont pas encore commencer ont a enregistrer un taux de (27%), cela veut dire que la plupart des étudiants sont commencer de collecter les informations nécessaires concernant la création de leur entreprise, son oublié la personne qui na pas répondu sur cette question.

2.2.8 Répartition selon l'existence d'un entrepreneur dans l'environnement :

Tableau n°14 : Répartition selon l'existence d'un entrepreneur :

| Réponse | Effectifs | Pourcentage |
|----------------|-----------|-------------|
| Oui | 20 | 60.60% |
| Non | 12 | 36.36% |
| Pas de réponse | 1 | 3.03% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous même à partir des réponses

Ce tableau n°14 présente l'existence d'un entrepreneur dans les familles des étudiants enquêtés, les personnes qui ont un entrepreneur dans leur famille ont un taux très élevée par rapport au autres de (60.60%), ensuite les personnes qui ont pas des entrepreneurs dans leur familles avec un taux de (36.36%), cela veut dire que la plupart des étudiants enquêtés ont des entrepreneurs dans leur famille, il existe une seule personne qui na pas répondu sur cette question.et pour savoir c'est qui ce membre de famille qui est un entrepreneur on présente un deuxième tableau.

Tableau n°15 : Répartition selon le membre de famille qui est un entrepreneur :

| Réponse | Effectifs | Pourcentage |
|----------------------|-----------|-------------|
| Parents | 10 | 30,30% |
| Membre de la famille | 9 | 27,27% |
| Amis | 9 | 27,27% |
| Voisins | 4 | 12,12% |
| Pas de réponses | 1 | 3,03% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous même.

Dans ce tableau n°15 nous constatons que la plupart des étudiants qui ont un entrepreneur dans leur famille cet entrepreneur est ces parents avec un taux de (30.30%), après les étudiants qui ont un entrepreneur qui est un membre de famille avec un taux de (27.27%), ensuite qui ont des voisins sont des entrepreneurs avec un taux de (12.12%), et ya une

personne qui na pas répondu sur cette question et existe des personnes qui ont choisir plusieurs choix au mêmes temps.

2.2.9 Répartition selon le début de leurs projets :

Tableau n°16 : Répartition selon le début de projet :

| Réponses : | Effectifs : | Pourcentage : |
|-----------------|-------------|---------------|
| Oui | 8 | 24,24% |
| Non | 23 | 69,70% |
| Pas de réponses | 2 | 6,06% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous-mêmes.

Ce tableau n°16 désigne que les étudiants qui sont pas encore commencer leurs projets sont les plus dominants dans notre recherche avec un taux de (69.70%), après les étudiants qui sont commencer leur projets avec un taux de (24.24%), cela explique que la plupart des étudiants ont pas encore commencé leur projets encore, il ya deux personnes qui sont pas répondu sur cette question.

2.2.10 Répartition selon la réunion des moyens nécessaires pour le début de leurs projets :

Tableau n°17 : Répartition selon la réunion des moyens nécessaires pour le début de leur projet :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|-----------------|-----------|-------------|
| Oui | 13 | 39.39% |
| Non | 19 | 57.58% |
| Pas de réponses | 1 | 3.03 |
| Total | 33 | 100 |

Source : établi par nous-mêmes à partir des réponses des étudiants.

A partir ce tableau n °17 nous observons que le taux le plus élevée et cet de des étudiants qui sont pas encore commencer a réunir les moyens nécessaires pour le début de leurs projets avec un taux qui arrive a (57.58%) ,après les étudiants qui sont commencer a réunir les moyens nécessaires pour leurs projets ,on peut expliquer cela que les étudiants qui ont commencer de penser sur le collecte des moyens nécessaires sur leurs projets son très peu par rapport au autres qui n'ont pas encore commencer.

2.2.11 Répartitions selon la vision sur la concrétisation de leur intention entrepreneuriale :

Tableau n°18 : Répartition selon la vision sur la concrétisation de leur intention entrepreneuriale :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| Facile | 3 | 9.09 |
| Possible | 24 | 72.73 |
| Difficile | 4 | 12.12 |
| Impossible | 2 | 6.06 |
| Total | 33 | 100 |

Source : établi par nous-mêmes a partir les réponses des étudiants.

Dans ce tableau n°18 nous constatons que les étudiants qui voient que la concrétisation de leurs intention est possible enregistre un taux très élevée de (72.73%), après vient les étudiants qui voient que la concrétisation de leurs intention est difficile avec un taux de (12.12%), ensuite qui voient que la concrétisation de leurs intention est facile avec un taux de (9.09%) enfin les étudiants qui la voient impossible avec un taux de (6.06%), cela veut dire que les étudiants les plus dominants dans cette recherche sont qui peuvent concrétiser leurs intention .

2.2.12 Répartition selon la mesure de la réussite :

Tableau n°19 : Répartition selon la mesure de la réussite :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|----------------|-----------|-------------|
| Sur et certain | 12 | 36.36% |
| Pas sur | 17 | 51.52% |
| Sur de l'échec | 2 | 6.06% |
| Pas de réponse | 2 | 6.06% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous mêmes.

Ce tableau n°19 montre la mesure de la réussite et l'échec chez les étudiants enquêtés et a quelle point sont prêt pour avancer dans leurs projets, le taux le plus élevée et ce des étudiants qui sont pas sur de la réussite avec un taux de (51.52%), après les étudiants qui sont sur et certain de la réussite avec un taux de (36.36%) ,ensuite qui sont sur de l'échec

avec un taux de (6.06%),ya deux personnes qui ont pas répondu sur cette question, cela veut dire que la plupart des étudiants enquêtés ont pas de confiance en soi et son pas sur de la réussite .

2.3 Axe n°3 Faisabilité entrepreneuriale : dont le but est d'identifier les moyens et les capacités qui ont les étudiants et les moyens qui manquent pour commencer leurs futures entreprises.

2.3.1 Répartition selon la réussite de leurs entreprises est une affaire de ?

Tableau n°20 : Répartition selon la réussite de leurs entreprises

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|-------------------------|-----------|-------------|
| De volonté | 29 | 87.88% |
| Des conditions externes | 2 | 6.06% |
| Autres | 2 | 6.06% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous même sa partir des réponses collectés

Ce tableau n°20 exprime l'élément nécessaire pour la réussite de l'entreprise, nous constatons que la plupart des étudiants ont dit que la réussite de leurs entreprises revient a leurs volonté personnels avec un taux de (87.88%), ensuite les étudiants qui disant que la réussite de leurs entreprises revient aux conditions externes avec un taux de (6.06%), et enfin ya des autres qui citons autres éléments avec un taux de (6.06%).

2.3.2. Répartition selon les facteurs qui peuvent empêcher de mener à bien leurs projets de création :

Tableau n°21 : Répartition selon les facteurs nécessaires qui peuvent empêcher à bien mené leurs projets de création :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|-------------------------------------|-----------|-------------|
| Moyens financiers | 27 | 55.10% |
| Mauvais choix de secteur d'activité | 4 | 8.16% |
| Les démarches administratives | 7 | 14.29% |
| Manque d'expérience | 7 | 14.29% |
| Réaction de l'entourage | 4 | 8.16% |

Source : établi par nous-mêmes à partir des réponses des étudiants.

Dans ce tableau n°21 nous avons collecté les informations principales concernant les facteurs principaux qui peuvent empêcher à bien leurs projets de création, nous observons que le taux de choix le plus élevée et celui de moyens financiers avec un taux de (55.10%), après le choix de démarches administratives et le manques d'expérience dans le même niveau avec un taux de (14.29%), enfin le mauvais choix de secteur d'activité et la réaction d'entourage dans le même niveau avec un taux de (8.16%) cela veut dire que la plupart des étudiants le vrai problème qui l'impose est le problème des moyens financières ensuite les autres problèmes par suite.

2.3.3 Répartition selon les moyens principaux de financement en cas de la création de leurs entreprises :

Tableau n°22 : Répartition selon les moyens principaux pour la création d'entreprises :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|----------------------------------|-----------|-------------|
| Epargnes personnels | 13 | 22.41% |
| Epargnes Familiales | 5 | 8.62% |
| Prêt d'amis | 3 | 5.17% |
| Prêt des parents | 10 | 17.24% |
| Crédits bancaires | 17 | 29.31% |
| Dispositifs d'aide a la création | 10 | 17.24% |

Source : établi par nous-mêmes à partir des réponses des étudiants.

Dans ce tableau nous avons collecter les informations concernant le moyens principaux pour la création d'entreprise, et a partir des statistiques qu'on a fait on a trouvé que le choix le plus choisi par les étudiants et celui des crédits bancaires avec un taux de (29.31%),après ce de l'épargne personnels avec un taux de (22.41%),ensuite le prêt des parents et les dispositifs d'aide a la création dans le mêmes niveau avec un taux de (17.24%),après ce de l'épargne familiales avec un taux de (8.62%),et a la fin le prêt d'amis avec un taux de (5.17%)cela veut dire que la plupart des étudiants dépendent sur les crédits bancaires comme un moyens de financement pour la création de leurs entreprises après vient les autres comme par suite.

2.4 Axe n°4 : Impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale

Comme on a précisé avant notre objectif dans cet axe est de savoir comment la formation entrepreneuriale influence t-il l'intention entrepreneuriale chez les étudiants et comment le diriger pour crée leur entreprises.

2.4.1 Répartition selon l'influence des programmes dispensés dans leur formation sur leur intention entrepreneuriale :

Tableau n°23 : Répartition selon l'influence des programmes dispensés dans leur formation sur leur intention entrepreneuriale :

| Choix | Effectifs | Pourcentage |
|-------------------|-----------|-------------|
| Influence forte | 16 | 48.48% |
| Influence moyenne | 9 | 27.27% |
| Influence faible | 2 | 6.06% |
| Aucune influence | 1 | 3.03% |
| Pas de réponse | 5 | 15.15% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous-mêmes a partir des réponses des étudiants.

Ce tableau montre l'influence des programmes dispensés dans leur formation sur l'intention Entrepreneuriale des étudiants, on a trouve que le taux le plus élevée et ce de l'influence forte avec (48.48%)après ce de l'influence moyenne avec (27.27%),ensuite ce de l'influence faible avec (6.06) enfin ce de aucun influence avec (3.03%),son oublié les étudiants qui ont laissée aucun réponses avec un taux de (15.15%), cela veut dire bien sur que les programmes dispensés dans la formation joue un rôle très important et sert a influencé l'intention entrepreneuriale de la plupart des étudiants enquêtes .

2.4.2 Répartition selon comment la formation universitaire permettre le développement des aptitudes entrepreneuriales :

Tableau n°24 : Répartition selon comment la formation universitaire permettre le développement des aptitudes entrepreneuriales :

| Choix | Effectifs | Pourcentage |
|-----------------------------------|-----------|-------------|
| Capacités de diriger | 16 | 26.67% |
| Esprit de prendre des risques | 21 | 35% |
| Capacités de saisir les occasions | 11 | 18.33% |
| Capacités de réussir des affaires | 12 | 20% |

Source : réalisé par nous-mêmes.

Le tableau précédent montre comment la formation universitaire développe t-il des aptitudes entrepreneuriales les réponses sont classés de plus grand au plus petit comme suit :le plus grand et ce de l'esprit de prendre des risques avec un taux de (35%) ,ensuite la capacités de diriger avec un taux de (26.67%),après la capacités de réussir des affaires avec un taux de (20%),et a la fin la capacités de saisir des occasions avec un taux de (18.33%) cela montre que la formation universitaire développe plusieurs aptitudes entrepreneuriales ,selon la réponse des étudiants enquêtés l'aptitude la plus développé et celle de l'esprit de prendre des risques après vient les autres selon l'ordre qu'on a déjà fait avant.

2.4.3 Répartition selon leurs futures visions sur l'intention entrepreneuriale et la création d'entreprise :

Tableau n°25 : Répartition selon leurs futures visions sur l'intention entrepreneuriale et la création d'entreprise :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|----------------|-----------|-------------|
| Oui | 26 | 78.79% |
| Non | 2 | 6.06% |
| Pas de réponse | 5 | 15.15% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous-mêmes.

Dans ce tableau nous avons remarquée que la réponse oui a un taux plus élevée et celle de non avec un taux de (78.79%), après les étudiants qui ont répondu avec non avec un taux de (6.06%), et il ya aussi des étudiants qui ont marqué aucun réponses avec un taux de (15.15%), cela veut dire que la plupart des étudiants que ont pas l'intention maintenant la création d'entreprise fait –elle partie de leurs futur projets.

2.4.4 Répartition selon les motivations pour la création de l'entreprise :

Tableau n°26 : Répartition selon les motivations pour la création de l'entreprise :

| Réponses | Effectif | Personnage |
|----------------------------------|----------|------------|
| Etre indépendant | 21 | 30.34% |
| Gagner plus d'argent | 19 | 27.54% |
| Réaliser un rêve | 15 | 21.74% |
| Valoriser un savoir-faire propre | 6 | 8.69% |
| Concrétiser une idée innovante | 7 | 10.14% |
| Une contrainte imposée | 1 | 1.44% |

Source : établi pour nous mêmes.

Dans ce tableau n°26 nous ne constatons que le choix d'être indépendant est le plus dominant avec un taux très élevée de (30.34%), après ce de gagner plus d'argent avec un taux de

(27.54%), après ce de réaliser un rêve avec un taux de (21.74%), ensuite concrétiser une idée innovante avec un taux de (10.14%), ensuite valoriser un savoir-faire propre avec un taux de (8.69%), et enfin ce de une contrainte imposée avec un taux de (1.44%), cela veut dire que la plupart des étudiants enquêtés la chose qui l'encourage pour créer leur propre entreprise est l'envie d'être indépendant, les autres le gagne d'argent qui le motive à créer leur entreprise, il y a d'autres catégories qui voient la création comme un rêve à réaliser il y a plusieurs motivations aussi comme on a dit avant, il y a des étudiants qui ont choisi plusieurs choses au même temps.

2.4.5 Répartition selon la vision de projet de création d'entreprise :

Tableau n°27 : Répartition selon la vision de projet de création d'entreprise :

| Réponses | Effectif | Pourcentage |
|------------------------------------|----------|-------------|
| Ça demande beaucoup de moyens | 20 | 40.82% |
| C'est trop risqué | 4 | 8.16% |
| Ça comporte trop de responsabilité | 25 | 51.02% |

Source : établi par nous-mêmes

. Dans ce tableau n°27 nous avons collecté les informations sur comment les étudiants pensent sur le projet de création d'entreprise, nous constatons que la plupart disent qu'il comporte plusieurs trop de responsabilité avec un taux de (51.02%), après ça demande beaucoup de moyens avec un taux de (40.82%) enfin c'est trop risqué avec un taux de (8.16%), cela veut dire que la plupart des étudiants enquêtés voient que le projet de la création d'entreprise comporte trop de responsabilité, les autres voient qu'il demande trop de moyens, le reste pensent qu'il est trop risqué, il y a toujours des étudiants qui ont choisi plusieurs choix.

2.4.6 Répartition selon les contraintes décourageantes pour entreprendre en Algérie :

Tableau n°28 : Répartition selon les contraintes décourageantes pour entreprendre en Algérie

| Réponses : | Effectifs : | Pourcentage : |
|--|-------------|---------------|
| Manque de financement | 27 | 38.02% |
| Les lourdeurs Administratives | 16 | 22.54% |
| La complexité de la démarche de s'inscrire au registre de commerce. | 5 | 7.04% |
| Concurrence forte | 6 | 8.45% |
| Concurrence déloyale | 6 | 8.45% |
| Manque d'informations sur le marché a investir | 11 | 15.49% |

Source : établi par nous mêmes.

Dans ce tableau n°28 nous constatons que la contrainte la plus dominante est celle de manque de financement avec un taux de (38.02%), après celle de les lourdeurs administratives avec un taux de (22.54%), ensuite le manque d'informations sur le marché a investir avec un taux de (15.49%), ensuite celle de concurrence forte et de concurrence déloyale dans le même niveau avec un taux de (8.45%) et enfin la complexité de la démarche de s'inscrire au registre de commerce, cela veut dire que la plupart des étudiants ont un problème de financement après vient les autres contraintes selon l'ordre .

2.4.7 Répartition selon l'influence des programmes d'enseignement en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale et à travers quoi influence t-il ?

Tableau n°29: Répartition selon l'influence des programmes d'enseignement en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants:

| Répartition : | Effectifs : | Pourcentage : |
|---------------|-------------|---------------|
| Oui | 26 | 78,79% |
| Non | 7 | 21,21% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous-mêmes a partir des réponses des étudiants.

Dans ce tableau n°29 nous avons collecté les informations sur l'influence des programmes d'enseignement en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants,nous observons que le taux le plus élevée et ce de qui ont répondu par oui avec un taux de (78,79%),après ce de la réponse par non avec un taux de (21,21%),cela veut dire que la plupart des étudiants enquêtés voient que les programmes d'enseignement en entrepreneuriat influencent t-il leurs intention entrepreneuriale.

Tableau n°30 : A travers quoi les programmes d'enseignement en entrepreneuriat influencent-t-ils l'intention entrepreneuriale des étudiants :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|----------|-----------|-------------|
| Module | 24 | 63.16% |
| Stage | 11 | 28.94% |
| Colloque | 3 | 7.98% |

Source : établi par nous-mêmes a partir des réponses des étudiants.

Dans ce tableau nous avons présenter les outils utilisée dans les programmes d'enseignement en entrepreneuriat pour influencent l'intention entrepreneuriales des étudiants nous avons la réponse qui a un grand pourcentage et a travers des modules avec un taux de (63.16%),la deuxième réponse et celle de stage avec un taux de (28.94%),enfin celle de travers des colloques avec un taux de (7.98%) cela veut dire que les programmes d'enseignement en entrepreneuriat utilisent beaucoup plus des modules pour influencé l'intention entrepreneuriale des étudiants .

2.4.8 Répartition selon l'effectuation d'une formation ou un stage d'entrepreneuriat hors université :

Tableau n°31 : Répartition selon l'effectuation d'une formation ou un stage d'entrepreneuriat hors université :

| Réponses | Effectifs | Pourcentage |
|----------|-----------|-------------|
| Oui | 20 | 60.60% |
| Non | 13 | 39.39% |
| Total | 33 | 100% |

Source : établi par nous-mêmes.

Ce tableau présente les résultats des étudiants qui ont effectué une formation d'entrepreneuriat hors l'université, a partir ce tableau nous constatons que la plupart des étudiants ont effectué des formations et des stages d'entrepreneuriat hors l'université avec un taux de (60.60%), le reste ils ne sont pas encore effectué des formations hors université.

2.4.9 Répartition selon les manques existent dans les programmes d'enseignement d'entrepreneuriat et quelle sont les solutions proposé par les étudiants enquêtes :

D'après les réponses de la plupart des étudiants enquêtes nous avons cité quelque point sur les manques qui existe dans les programmes d'enseignement d'entrepreneuriat sont il comme suite :

**Manque de stage pratique.*

**Manque d'expérience dans le domaine d'entrepreneuriat.*

**La théorie est plus dominante que la pratique.*

**Manque de motivation.*

Ils ont proposé quelques solutions pour mettre fin a ces manques :

**Ajouter plus du modules pratiques.*

**Organiser des stages au sein de l'université.*

**donner plus d'importance a ce domaine.*

Synthèse des résultats de notre enquête :

Notre enquête nous a permis a de constater que :

**Notre échantillon est favorisé par l'entrepreneuriat, la plupart des étudiants enquêtés ont déclaré avoir une intention entrepreneuriale.*

*La majorité des étudiants ont choisi cette spécialité pour évaluer leur compétence entrepreneuriale.

*L'intention est plus forte chez les étudiants inscrits en M2 avec une primauté de genre féminin.

*La majorité des étudiants souhaiteraient créer leur propre entreprise dans le futur, et dans le domaine de l'industrie.

*La plupart des étudiants déclarent qu'ils ont de l'intention avant l'obtention du bac.

*La majorité des étudiants ont des entrepreneurs dans leur famille.

*La plupart des étudiants ont déclaré qu'ils ont commencé à travailler un peu sur leurs projets (recherche des moyens de financement) et dépendent des crédits bancaires comme moyens de financement.

*La plupart des étudiants de notre échantillon ont l'intention de réaliser leurs projets d'entreprise par nécessité d'argent et d'indépendance, et pour échapper au chômage.

*Le manque d'expérience et de moyens de financement sont des obstacles qui freinent l'envie de la réalisation des projets.

*Les programmes d'enseignement d'entrepreneuriat influencent-ils fortement l'intention entrepreneuriale des étudiants.

*Les lourdeurs administratives et la complexité du registre du commerce en Algérie découragent la création des entreprises et la réalisation des projets.

Conclusion

A partir de ce chapitre, nous sommes en mesure de présenter l'enquête que nous avons menée à la faculté des Sciences Economiques, Commerciales et de Gestion de l'université de Bèjaïa dans laquelle nous avons ciblé un échantillon d'étudiants spécialisés en entrepreneuriat au sein de la faculté des sciences de gestion.

Nous avons effectué cette enquête à travers un questionnaire auprès de (50) étudiants de la spécialité d'entrepreneuriat des trois niveaux L3, M1, M2. Nous avons précisé essentiellement que la plupart des étudiants ont une forte intention entrepreneuriale et que les programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Conclusion générale

L'entrepreneuriat est un champ très vaste, comme il le définit MESSEGHEM, est un processus de recherche, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités, effectué par un entrepreneur ou une ou une équipe entrepreneuriale qui, dans le cadre d'une création, d'une reprise ou d'un développement d'activités, développe une organisation mettant en œuvre une vision stratégique et contribuant à créer de la valeur).

Elle joue un rôle très important dans l'économie, il sert à créer la richesse des pays et exploiter les opportunités d'affaires des individus par la quelle crée leur propre emploi et mettre fin pour le chômage et le problème de pauvreté qui menace les sociétés aujourd'hui presque l'entrepreneuriat touche tous les domaines et non pas seulement l'économie.

Pour cela les chercheurs dans les pays développés aussi dans ceux étant en voie de développement se sont de plus en plus rapportés au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement de l'entrepreneuriat, de la créativité et de l'innovation est un défi majeur pour la croissance économique, en particulier pour les pays en développement, compte tenu de l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement d'un système économique dans le pays tous les acteurs économiques sont encouragés à promouvoir l'entrepreneuriat.

L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

Notre objectif de ce travail est d'analyser et de comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants ainsi que les déterminants de cette intention et l'influence des programmes d'enseignement supérieur sur l'intention entrepreneuriale pour atteindre cet objectif nous avons utilisé une revue de littérature pour mettre en évidence les fondements théoriques et conceptuels du domaine de l'entrepreneuriat.

C'est l'objet de premier chapitre de ce mémoire dans la conclusion permettent d'appréhender les déterminants de l'émergence de l'entrepreneuriat à travers différentes approches et de cerner sa place dans le contexte de l'intention d'entreprendre reflète la volonté d'un individu d'accomplir des actes créatifs et d'entreprendre des actions entrepreneuriales. Plusieurs études se sont donc concentrées sur la modélisation de l'intention de prédire le comportement individuel.

L'Algérie aussi fait partie de ce développement qui touche tout le monde, elle travaille sur son système économique et donne une place très importante à l'entrepreneuriat à travers ses politiques qui aide et encourage les porteurs des projets et les personnes qui ont des idées à créer leurs propre entreprise, elle a ajouté aussi l'entrepreneuriat à ces programmes d'enseignement ou elle est devenue une formation très c'est importants dans les universités.

Notre objectif de chapitre deux ou nous avons essayé de présenter un peu l'histoire de l'entrepreneuriat en Algérie, leurs rôles dans le développement économique et les défèrent dispositifs d'aide de l'état pour encourager ce secteur son oublié sa place dans les universités et leurs influences sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Ensuite, une enquête a été réalisée au sein de l'université de Bejaia (campus aboudaou) auprès des étudiants de la faculté des sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion et qui sont spécialisé en entrepreneuriat des trois niveaux (L3, M1, M2), à partir un questionnaire distribuée,

L'analyse des données et des informations collectée à partir cette enquête a abouti à quelques résultats et répondu à la problématique et bien sur confirmer les hypothèse qu'on a déjà proposé au début de notre travail ,nous avons constater que les programmes d'enseignement d'entrepreneuriat ont-il une influence très forte sur l'intention entrepreneuriales des étudiants,et que la plupart des étudiants en entrepreneuriat ont de l'intention entrepreneuriale mais arrivent pas encore à commencer leurs projets à cause de quelques difficulté de financement et des lourdeurs administratives, cette enquête nous a bien permis de comprendre les attentes des étudiants d'entrepreneuriat.

Bibliographie :

Les ouvrages :

1. A FAYOLLE et L.J filio ,devenir entrepreneur, Edition village Mondial Paris 2006.
2. Borgiba 2007, de l'intention a l'action entrepreneuriale.
3. Crant 1996,the proactive personality Scaleasa predictor of entrepreneurial intentions
Journal of small BusinessManagement,
4. Fayolle 2000, cité par yifan .w 2010.
5. HERNANDEZ .E.M 1999 ,Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégiques
d'entrepreneuriat le Harmattan, Paris.
6. Schumpeter J.A théorie de l'évolution économique Edition Dalloz, Paris, 1935 p84.
7. STEVENSON et JARILLO, 1990 cités par LEVY-TADJINE.T L'entrepreneuriat
immigré et son accompagnement en France thèse pour le Doctorat de sciences de
gestion, université du sud-Toulon-Vae, 2004.

II-Thèse et Mèmoire :

1. ABIR .F2019 la banque mondiale revient sur les évolutions récentes de l'économie
algérienne la croissance économique ,word press le Maghreb ,le qoutidien de
l'économie .
2. APSI, Résultat de l'agence pour la promotion et soutien à l'investissement crée en
1994 et remplacée en 2001par l'ANDI
3. Aziz Nafa économiste, chercheurs au centre de recherche en économie appliquée pour
le développement de Cread .Article, un entrepreneur de nécessité Djazaïress, publiée
publiè dans El watan le 18 février 2013.
4. BOUKIR.T DJERRADA S essai d'analyse de l'intention entrepreneuriale des
étudiants mémoire de master université de BEJAIA 2021 .
5. BRUYAT.C. 1993 Création d'entreprise :contribution épistémologiques et
modélisation ,thèse de doctorat en sciences de gestion ,université en sciences de
gestion université Pierre Mendès Grenoble, France .
6. CASSON.M ,l'entrepreneur Economica, Paris, 1991.
7. Commissions des Communautés Européennes ,l'esprit d'entreprise en Europe.

8. Emin,2004,Les facteurs déterminants la création d'entreprise par les chercheurs publics :application des modèles d'intention ,revue de l'entrepreneuriat – vol3,n°1,p04.
9. FACCHINI.F, 2007 : Entrepreneur et croissance économique : développements récents, revue d'économie
10. GRIBAA F afani ,10 janvier 2013,Les déterminants de l'intention environnementale des dirigeants des pme : cas de l'industrie du textile-habillement tunisienne,thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion institut supérieur de gestion de Sousse.
11. Guenoun.Asegueni-djamane.n et BENYAHIA –TAIBI.G 2017 l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'Oran 2 les cahiers du cread vol33,n°121 université d'oran2mohamed Ben Ahmed p,69..
12. Hernandez E.M.Marco.L.2006,Entrepreneur et décisions .De l'intention à l'acte,Editions Paris,
13. Kara.h, khatri A mémoire de master a l'université de BEJAIA septembre2020 l'intention entreprenariat des étudiants de science de gestion.
14. Mémoire ,le rôle de l'université sur l'intention entrepreneuriale ;cas de l'USTHB.
15. Mémoire les déterminantes de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. université de Bejaia
16. MOREAU et Ravaleau 2006 cité par Léna s .
17. Sain S ,l'analyse des processus entrepreneurial Mémoire, Tizi-Ouzou 2015.
18. VERSTATE.T ,Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat .
19. Vestraet.t Entrepreneuriat connaitre l'entrepreneur comprendre ses actes, L.harmattire1999
20. Vestraet.t et FAYOLLE. A, 2005 Paradigmes, et entrepreneuriat , revue de l'entrepreneuriat.
21. WANG Y .2010 L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèvesingénieurs d'une école française une étude longitudinale ,thèse de doctorat par l'école centrale de Lille.

Articles :

1. Mahmoud, s 2016, Aperçu sur l'économie algérienne de 1962 à 2015, Word presse article concernant le passé le présent et le futur de l'économie algérienne disponible sur l'eurl.

Sites WEB :

1. [http : bleu.univ-tlemcen.dz /fr/pages 76](http://bleu.univ-tlemcen.dz/fr/pages/76)
2. www.èditions-adreg.net.
3. [Http: www.le maghreb.com](http://www.le-maghreb.com).
4. <https://www.researchgate.net/publication/242>

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

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de fin de cycle Master en Entrepreneuriat, sur le thème « *L'intention entrepreneuriale des étudiants : cas des formations académiques Licence et Master Entrepreneuriat à l'Université de Bejaia* », nous procédons au lancement d'une enquête de terrain au sein de l'université de Bejaia, auprès des étudiants de la faculté des Sciences économiques, gestion et des Sciences commerciales, de la spécialité Entrepreneuriat des trois niveaux (L3, M1, M2) et cela dans le but d'évaluer leurs intentions entrepreneuriales et le rôle de la formation et l'enseignement universitaire dans l'influence de leurs intentions.

Merci pour votre collaboration.

Axe I : Identification du répondant

1) Genre : Masculin Féminin

2) Niveau d'étude : Licence Master1 Master 2

3) Age : 20-24 ans 25-29 ans 30 ans

4) C'est vous qui a choisi cette spécialité ou bien une décision administrative :

Choix personnels Décision administrative

5) Pourquoi vous avez choisi cette spécialité ?

.....
.....

Axe II : Désirabilité Entrepreneuriale

6) Vous avez une idée à transformer en projet ? Oui Non

7) Avez-vous l'intention de créer une entreprise ? Oui Non

8) Si oui, sous quelle forme ?

Créer une entreprise Réactiver une entreprise familiale

Reprendre une entreprise (familiale) Faire une profession libérale

9) Si oui, depuis quand avez-vous eu cette intention ?

Avant l'obtention du Bac Avant l'année en cours

Durant l'année en cours

10) Dans quel secteur d'activités avez-vous l'intention d'entreprendre ?

Industrie Service Agriculture Artisan Autre.....

11) Avez-vous commencé à collecter les informations nécessaires pour créer une entreprise ? Oui Non

12) Y-a -t'il des entrepreneurs dans votre entourage qui vous influencent à être un entrepreneur ? Oui Non

13) Si oui qui sont -ils ?

Vos Parents Membre de la famille Amis Voisins

14) Avez-vous commencé votre projet ? Oui Non

15) Avez vous commencé à réunir les moyens nécessaires (financement, locaux, équipements) ? Oui Non

16) Concrétiser votre intention est-il possible ?

Facile possible difficile impossible

17) Si vous avez décidé de concrétiser votre intention, dans quelle mesure êtes-vous sûr de la réussite?

Sur et certain Pas sûr Sur de l'échec

Axe 03 : Faisabilité Entrepreneuriale

18) Réussir votre entreprise est une affaire :

De volonté Des conditions externes Autres.....

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

Moyens financiers Manque d'expériences

Mauvais choix de secteur d'activité Réaction de l'entourage

Les démarches administratives Autres

20) En cas de création de votre entreprise, vos moyens principaux de financement seront ?

Epargnes personnels Epargnes familiales Prêt d'ami (e)

Prêt des parents Crédits bancaires Dispositifs d'aide à la création

Axe 04 : Impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale

21) Les programmes dispensés dans votre formation ont-ils une influence sur votre intention d'entreprendre ? Influence Forte influence Moyenne
influence faible Aucune influence

22) Comment votre formation universitaire vous a permis de développer des aptitudes entrepreneuriales ?

Capacité de diriger Esprit de prendre des risques

Capacité de saisir les occasions Capacité de réussir des affaires

23) Si vous n'avez pas actuellement l'intention d'entreprendre, créer une entreprise fait-elle partie de vos projets dans le futur ? Oui Non

24) Quelles sont vos principales motivations pour créer une entreprise ?

Etre indépendant Gagner plus d'argent

Réaliser un rêve Valoriser un savoir-faire propre

Concrétiser une idée innovante une contrainte imposée

25) Comment vous voyez le projet de créer une entreprise ?

Ça demande beaucoup de moyens C'est trop risqué

Ça comporte trop de responsabilité

26) Quels sont les contraintes que vous jugez décourageantes pour entreprendre en Algérie ?

Manque de financement Les lourdeurs administratives

La complexité de la démarche de s'inscrire au registre de commerce

Concurrence forte concurrence déloyale

Manque d'information sur le marché à investir

27) Les programmes d'enseignement en entrepreneuriat influencent-ils positivement votre intention entrepreneuriale ?

Oui Non

28) Si oui, à travers quoi ? Module Stage

Colloque et entretien scientifique

29) Avez vous effectué déjà une formation ou un stage d'entrepreneuriat hors l'université ?

Oui Non

30) Quels sont les manques que vous voyez dans le système d'enseignement de l'entrepreneuriat et quelles sont les solutions que vous proposez?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Table des matières

Liste des abréviations.

Liste des tableaux.

Liste des figures.

Introduction Générale.....1

Chapitre I : l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale.

Introduction4

Section 1 : l'entrepreneuriat, historique et évolution4

1-1 Historique de l'entrepreneuriat.....4

1-1-1 L'approche économiste.....4

1-1-2 l'approche behavioriste5

1-1-3 l'approche par les traits de caractère6

1-1-4 l'éclatement de la discipline entrepreneuriale.....6

*Définition du concept de l'entrepreneuriat.....7

1-2 : Les paradigmes de l'entrepreneuriat.....7

1-2-1 : Le paradigme d'opportunité d'affaire8

1-2-2 Le paradigme de création d'une organisation8

1-2-3 Le paradigme de la création de valeur8

1-2-4 Le paradigme d'innovation8

1.3 Les formes de l'entrepreneuriat8

1-3-1 Création par essaimage8

1-3-2 Création par franchise8

1-3-3 La reprise d'entreprise9

1-3-4 la création par ex-nihilo.....9

1-3-5 L'entrepreneuriat.....9

1-3-6 l'entrepreneuriat solidaire et social9

1-4) Les types de l'entrepreneuriat10

1-4-1 L'entrepreneuriat formel et informel10

1-4-2 L'entrepreneuriat individuel et collectif :.....10

| | |
|---|-----------|
| 1-4-3 L'entrepreneuriat masculin et féminin | 10 |
| 1-4-4 L'entrepreneuriat privé et public | 10 |
| 1-5 L'entrepreneur | 12 |
| 1-5-1 : Définition de l'entrepreneur..... | 13 |
| 1-5-2 Les approche de l'entrepreneur | 13 |
| A:L'approche par les traits..... | 14 |
| B l'approche par les faits | 16 |
| 1-5-3 Les caractéristique de l'entrepreneur..... | 18 |
| 1-5-4Les objectifs de l'entrepreneur | 18 |
| 1-5-5 typologies des entrepreneurs | 19 |
| Section 2 : L'intention entrepreneuriale..... | 19 |
| 2.1. Définition de l'intention..... | 19 |
| 2.2. Définition de l'intention entrepreneuriale | 20 |
| 2.3. La place de l'intention dans le processus entrepreneuriale | 20 |
| 2.3.1. Des modèles processuels d'entrepreneuriat | 20 |
| 2.3.2. L'intention en amont du processus entrepreneurial | 20 |
| 2.3.2.1 Le processus conceptuel : Intention et vision entrepreneuriales..... | 23 |
| 2.3.2.2 Le processus de déclenchement..... | 23 |
| 2.3.2.3. Le processus de décision..... | 24 |
| 2.3.2.4. le processus de création..... | 25 |
| 2.4. Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants | 26 |
| 2.4.1. Les facteurs individuels | 26 |
| 2.4.2. Les facteurs sociaux | 26 |
| 2.4.3. Les facteurs économiques..... | 26 |
| 2.4.4. Les expériences précoces dans la famille au cours de l'enfance à l'école ou l'université ainsi que certaines expérience professionnelles..... | 27 |
| 2.5. Les modèles de l'intention entrepreneuriale..... | 28 |
| 2.5.1. Les apports des modèles fondés sur l'intention entrepreneuriale | 28 |
| 2.5.1.1. Théorie de l'action raisonnée d'AJZEN et Fishbein (1975) | 29 |
| 2.5.1.2 Le modèle de comportement planifié d'AJZEN .I (1991)..... | 30 |
| 2.5.1.3 La théorie de l'événement entrepreneurial de SHAPERO et SOKOL (1982)..... | 33 |
| 2.5.1.4 Le modèle KRUGER et CARSRUD (1993)..... | 35 |
| 2.5.2 Les limitations des modèles d'intention..... | 37 |

| | |
|--|----|
| 2.5.2.1 La complexité de l'action –le passage a l'acte..... | 38 |
| 2.5.2.2 L'instabilité d'intention –la trajectoire d'intention..... | 38 |
| 2.6 L'intention entrepreneuriale des étudiants..... | 39 |
| Conclusion..... | 40 |

Chapitre II : l'intention entrepreneuriale en Algérie

| | |
|---------------------------|-----------|
| Introduction | 42 |
|---------------------------|-----------|

| | |
|--|-----------|
| Section1 :L'entrepreneuriat en Algérie..... | 42 |
|--|-----------|

| | |
|---|----|
| 1. Historiqueetévolution de l'entrepreneuriat en Algérie..... | 42 |
| 1-1-L'entrepreneur de l'Algérie indépendante | 43 |
| 1-1-1les décennies 60-70 : la création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur | 43 |
| 1-1-2 Les décennies 80-90 : désengagement de l'Etat et la naissance de l'entreprise privée...44 | |
| 1-1-3 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché.....44 | |
| 1-2 Regain d'intérêt pour la petite entreprise en Algérie.....45 | |
| 1-3 L'impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique.....46 | |
| 1.4 La liberté entrepreneuriale et création d'entreprise par les jeunes en Algérie | 48 |
| 1.4.1 La liberté entrepreneuriale en Algérie.....48 | |
| 1.4.2 La création d'entreprises et la politique de soutien à l'emploi des jeunes | 49 |
| 1.5 Les procédures de la création d'entreprise en Algérie | 50 |
| 1.5.1 Les difficultés d'accès au financement | 51 |
| 1.6 Les dispositifs d'aide et d'encouragement à la création d'entreprise en Algérie.....52 | |
| 1-6-1. Les organismes.....52 | |
| 1.6.11.1Institutions sous l'égide du ministèreConseil National Consultatif pour la promotion des PME.....54 | |
| 1.6.1.2 Les pépinières d'entreprises.....54 | |
| 1.6.2Fond de garantie des crédits à la PME | 54 |
| 1.6.3Caisse de garantie de crédits d'investissement pour les PME (CGCI/PME) | 55 |
| 1.6.4Agence nationale de développement de la PME.....55 | |
| 1.6.5Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI).....56 | |
| 1.6.6 Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat ANADE et ANSEJ | 57 |
| 1.6.7La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) | 58 |
| 1.6.8 L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) | 58 |

| | |
|---|-----------|
| Section2 :L'intention entrepreneuriale des étudiants Algériennes | 59 |
| 2.1 La place de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur..... | 59 |
| 2.2 Le niveau de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algérien | 60 |
| 2.3 Les facteurs expliquent la culture d'entreprendre chez les jeunes algériens | 61 |
| 2.4 Le rôle de l'université Algérienne sur l'intention entrepreneuriale des étudiants..... | 62 |
| 2.4.1 Présentation de la maison de l'entrepreneuriat de L'USTHB | 62 |
| A. Définition et historique de la maison de l'entrepreneuriat | 62 |
| B .Les missions de la maison entrepreneuriale | 62 |
| C. Activités de la maison del'entrepreneuriat | 63 |
| D. Organisation de la maison de l'entrepreneuriat | 63 |
| 2.4.2 Le comité national mixte est constitué des membres suivants | 63 |
| 2.4.3 Le comité local mixte au niveau de chaque institution universitaire est constitué des membres suivants..... | 64 |
| La généralisation du concept..... | 64 |
| Conclusion | 64 |
| Chapitre III : Présentation et analyse des résultats de l'enquête sur l'intention entrepreneuriale des Etudiants Spécialisé en entrepreneuriat | |
| Introduction | 65 |
| Section1 : Présentation de l'université de Bejaia (campus Aboudaou) et de la méthodologie de recherche | 66 |
| 1-1Présentation de l'université de Bejaia | 66 |
| 1-1-1Présentation de la Faculté des sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion | 66 |
| 1-1-1-1L'organigramme de la faculté | 67 |
| 1.1.1.2 La faculté en chiffre pour l'année universitaire (2022 / 2023)..... | 68 |
| 1.2. Présentation de la méthodologie de recherche | 69 |
| 1.2.1:Déroulement de l'enquête | 69 |
| 1.2.2 Présentation de questionnaire..... | 69 |
| 1.2.3 Information sur l'échantillon | 69 |
| 1.2.4 La taille de l'échantillon..... | 69 |
| Section 2 : Présentation et analyse de résultat de l'enquête..... | 70 |
| 2.1 Identification du répondant..... | 70 |

| | |
|--|----|
| 2.2 La désirabilité entrepreneuriale..... | 72 |
| 2.3 Axe n°3 Faisabilité entrepreneuriale..... | 79 |
| 2.4 Axe n°4 : Impact de la formation sur l'intention entrepreneuriale..... | 81 |

| | |
|---|-----------|
| Synthèse des résultats de l'enquête..... | 88 |
|---|-----------|

| | |
|------------------------|-----------|
| Conclusion..... | 89 |
|------------------------|-----------|

| | |
|---------------------------------|-----------|
| Conclusion Générale..... | 90 |
|---------------------------------|-----------|

| | |
|---------------------------|-----------|
| Bibliographie..... | 92 |
|---------------------------|-----------|

Annexes

Tables des matiers

Résumé :

Ce mémoire est consacré à étudier l'intention entrepreneuriale des étudiants de la spécialité entrepreneuriat des trois niveaux L3, M1, M2 de l'université de Bejaia ,pour le faire nous avons basé dans notre travail au début sur un cadre théorique dans le quelle nous avons expliqué le concept de l'entrepreneuriat qui est un processus d'identification ,d'exploration et d'exploitation d'une opportunité en vue de la création d'une activité,L'entrepreneuriat en Algérie ,l'intention entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale des étudiants, le deuxième partie le cadre pratique qui s'agit d'une enquête au sein de l'université de Bejaia auprès des étudiants de la spécialité entrepreneuriat M1 ,M2 ,L3 avec un questionnaire ,pour arriver a citer les facteurs nécessaire qui influencent l'intention entrepreneuriale chez les étudiants selon les résultats de l'enquête nous constatons que le facteurs le plus important et qui influencent positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants sont les programmes d'enseignement de la formation entrepreneuriat il sert a encourager les étudiants a crée leurs propre entreprise ,et existe aussi des autres facteurs comme l'entourage ,la famille ...etc.

ملخص :

هذه الأطروحة مخصصة لدراسة النية الريادية لطلاب تخصص ريادة الأعمال من المستويات الثلاثة من جامعة بجاية ، للقيام بذلك أسسنا عملنا في البداية على إطار نظري شرحنا فيه المفهوم ريادة الأعمال وهي عملية تحديد واستكشاف واستغلال فرصة لإنشاء نشاط ، و ريادة الأعمال في الجزائر ، ونية ريادة الأعمال للطلاب ، والجزء الثاني هو الإطار العملي وهو مسح داخل جامعة بجاية بين طلاب تخصص ريادة الأعمال مع استبيان ، للوصول إلى ذكر العوامل الضرورية التي تؤثر على نية ريادة الأعمال بين الطلاب وفقاً لنتائج الاستطلاع نجد أن أهم العوامل والتي تؤثر بشكل إيجابي على نية ريادة الأعمال من الطلاب هي البرامج التعليمية للتدريب على ريادة الأعمال التي تعمل على تشجيع الطلاب على إنشاء أعمالهم التجارية الخاصة ، وهناك أيضاً عوامل أخرى مثل الحاشية والأسرة وما إلى ذلك.