

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



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

Mémoire de fin de cycle

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

Thème

**L'influence de la formation universitaire sur l'intention
entrepreneuriale des étudiants en sciences sociale de
l'université de Bejaïa**

Préparé par :

M^{elle} Chekkal yousra

M^{elle} Cherfi lylia

Encadré par

M. Zidelkhil Halim

Membres de jury

Année universitaire : 2023/2024

Remerciement

Au terme de ce périple intellectuel, nous tenons à exprimer notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire. Tout d'abord, nous souhaitons adresser nos sincères remerciements à notre promoteur Dr Zidelkhal, pour sa guidance experte, son soutien constant et ses précieux conseils qui ont grandement enrichi ce travail.

Nous tenons également à remercier chaleureusement les membres de jury pour avoir accepté d'évaluer ce projet de recherche. Nos pensées vont également à nos familles, nos amis pour leur soutien indéfectible, leurs encouragements et leur compréhension tout au long de cette aventure académique.

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

Enfin, nous sommes reconnaissants envers chaque personne qui a croisé notre route durant ce parcours, qu'ils aient été des sources d'inspiration, des interlocuteurs stimulants ou de simples encouragements.

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

Yousra, Lylia

Dédicace

Je dédie ce travail À ma famille, ma source de soutien et d'amour inconditionnel, en particulier à ma grand-mère, mes parents, mes deux frères Mhend et Krimou, ainsi qu'à ma sœur Yasmina. Votre présence et vos encouragements ont été les piliers de ma réussite.

A ma binôme Lylia

À mes amies Floria, Chaima, Hanane, Fagho, liza mennana et Kahina

Merci pour vos rires partagés, vos conseils précieux et votre amitié sincère qui ont illuminé chaque étape de ce voyage.

Avec toute ma gratitude,

Yousra

Dédicace

Je dédie ce mémoire à mon cher mari, dont le soutien inconditionnel m'a toujours guidée, que ce soit moralement ou en me motivant à réaliser mes ambitions.

À mes chers parents, dont la vigilance a façonné ma réussite et ma trajectoire de vie.

À ma chérie petite sœur et à mon petit frère, Kader, vous occupez une place spéciale dans mon cœur. À mes amies, qui ont été là pour moi à chaque étape de ce voyage.

À Yousra, ma binôme et camarade, pour avoir été à mes côtés dans la réalisation de ce travail.

Enfin, j'aimerais dédier ce travail au petit ange qui arrive bientôt dans ce monde mon enfant chéri

Lydia

Liste des abréviations

<u>ANDI</u>	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
<u>ANGEM</u>	Agence Nationale de Gestion des Microcrédits
<u>ANSEJ</u>	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
<u>CNAC</u>	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
<u>INSEE</u>	Institut National de la Statistique et des Études Économiques
<u>OCDE</u>	Organisation de Coopération et de Développement Économiques
<u>PME</u>	Petite et Moyenne Entreprise
<u>TCP</u>	la théorie du comportement planifié
<u>TIC</u>	Technologies de l'Information et de la Communication
<u>TRA</u>	la théorie de l'action raisonnée

La liste des tableaux

Tableau 1 Modèles d'apprentissage didactique et entrepreneurial	27
Tableau 2: La taille de l'échantillon de l'enquête	55
Tableau 3 Votre sexe	56
Tableau 4 votre faculté	56
Tableau 5 Votre sexe * Votre spécialité * Avez-vous l'intention d'entreprendre?.....	57
Tableau 6 Votre sexe * Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * Choix entre salariat et entrepreneuriat	59
Tableau 7 Votre faculté * Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * Entreprendre après le diplôme	60
Tableau 8 Votre moyenne * Choix entre salariat et entrepreneuriat	62
Tableau 9 Votre spécialité * Entreprendre après le diplôme	63
Tableau 10 Recherche d'opportunité de création * L'Etat vous motive-t-il?	65
Tableau 11 Avez vous l'intention d'entreprendre? * Voulez vous que l'Etat vous informe des dispositifs? * comment les connaissez vous?	66
Tableau 12 Votre faculté * Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes?	68
Tableau 13 Recherche d'opportunité de création * L'université vous donne-t-elle envie d'entreprendre?	69
Tableau 14 suivez vous une formation en entrepreneuriat? * quel est le degré d'influence de cette formation sur votre intention?	70
Tableau 15 Votre moyenne * Votre faculté * pensez vous maîtriser le processus de création ? .	71
Tableau 16 Avez vous l'intention d'entreprendre? * quels sont vos moyens de financement? * Pensez vous que la banque vous ouvrira ses portes?	73

La liste des figures

Figure 1 : Les types d'innovations	17
Figure 2 : Le processus de formation des comportements	45

Sommaire

LISTE DES ABREVIATIONS

LA LISTE DES TABLEAUX

LA LISTE DES FIGURES

INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE 1 :GENERALITES SUR LA FORMATION UNIVERSITAIRE ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE	412
1.1 Notions générales sur l'entrepreneuriat	6
1.2 La formation universitaire dédiée à l'entrepreneuriat	19
CHAPITRE 2 : LES FACTEURS DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE	29
1.3 Le modèle de Shapero et sokol	31
1.4 Le Modèle d'Ajzen (1991)	36
1.5 Les autres déterminants de l'intention entrepreneuriale.....	41
CHAPITRE 3 : L'ANALYSE DE L'INFLUENCE DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : ETUDE DESCRIPTIVE	46
1.6 Méthodologie de la recherche	47
1.7 Analyse du contenu du questionnaire	51
CONCLUSION GENERALE.....	73
Bibliographie.....	75

Annexes

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE

Les richesses au niveau national, ce qui en fait un enjeu stratégique majeur pour de l'entrepreneuriat est devenu un pilier essentiel dans la création d'emplois et de nombreux pays. Son impact crucial sur le développement économique est largement reconnu, et l'importance des entrepreneurs et des petites et moyennes entreprises dans l'économie est indéniable. Au fil des décennies, il a attiré une attention croissante tant au sein des sphères politiques que des milieux académiques. Le domaine de l'entrepreneuriat, encore en évolution, est reconnu comme étant interdisciplinaire et multidisciplinaire, s'étendant à divers domaines d'activités.

Autrefois, le terme « entrepreneur » évoquait principalement ceux travaillant dans le secteur de la construction, et l'entrepreneuriat était associé à des individus passionnés. Mais aujourd'hui, être entrepreneur est devenu extrêmement populaire. Il s'agit désormais d'un domaine d'activité à part entière, une véritable industrie, un phénomène observé à l'échelle mondiale.

L'entrepreneuriat occupe une place cruciale dans la société et suscite un vif intérêt de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques en raison de son rôle dans le développement économique et social. La création d'entreprises contribue à l'augmentation de la production, à la réduction du chômage, à la diversification de l'industrie et à la promotion de l'innovation. Elle consiste en la mise en place de nouveaux moyens de production, englobant des étapes et des démarches incontournables ainsi qu'un mode de vie propre à l'entrepreneur. Créer son entreprise signifie créer son propre emploi, générer de la richesse et contribuer activement à l'économie nationale. Ce processus de création implique plusieurs étapes, notamment la définition de l'idée et la détermination des objectifs.

L'étude des intentions entrepreneuriales permet de comprendre les comportements qui conduisent à la création d'entreprise. De nombreux chercheurs s'accordent à dire que la création d'entreprise est souvent précédée par une volonté ou une intention de créer. Cette intention entrepreneuriale est considérée comme le premier pas dans le processus entrepreneurial, permettant de prédire les comportements et l'engagement d'un individu dans ce processus. Comme le souligne Tounés (2003), tout comportement planifié est intentionnel, et sans intention, l'action est peu probable. Depuis le milieu des années 1990, les recherches en entrepreneuriat se sont davantage concentrées sur les individus impliqués dans le processus entrepreneurial plutôt que sur ceux ayant concrétisé leurs projets, notamment les étudiants.

L'Algérie a manifesté un intérêt tardif pour l'entrepreneuriat, avec un désengagement progressif de l'État de la sphère économique à partir de la fin des années 1980, notamment en matière d'investissement, laissant place à l'initiative privée. Cette évolution s'est concrétisée par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en 1993, et l'établissement de divers dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANDI, ANSEJ, CNAC, etc.). Des mesures ont été prises et des institutions ont été mises en place pour soutenir l'initiative individuelle, ce qui a entraîné une prolifération de PME dans plusieurs régions du pays. L'Algérie continue de promouvoir la création d'entreprises à l'échelle nationale en mettant en place un ministère dédié aux startups et à la micro-entreprise. Ce ministère est chargé d'accompagner les jeunes porteurs de projets et de les aider à concrétiser leurs idées. Au niveau régional, les universités algériennes sont encouragées à collaborer avec des structures publiques spécialisées dans l'organisation d'événements entrepreneuriaux. Ces événements, souvent organisés au sein des universités, visent à inculquer aux étudiants une culture entrepreneuriale afin de favoriser un environnement propice au développement d'une intention entrepreneuriale et à la génération de nouvelles idées. L'intention des étudiants de créer leur propre entreprise reflète leur volonté de devenir entrepreneurs, et cette intention est influencée par divers facteurs tels que les caractéristiques individuelles de l'étudiant, son environnement universitaire, ses valeurs culturelles et sa formation académique.

Notre recherche se concentre spécifiquement sur l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, car l'entrepreneuriat gagne en importance au sein des universités. Non seulement il offre des opportunités d'emploi aux jeunes diplômés, mais il répond également à une prise de conscience croissante des enjeux sociaux et environnementaux parmi les étudiants, les incitant à s'engager dans des projets et des carrières qui ont un sens et un impact positif sur la société.

Ainsi, la problématique de notre recherche se caractérise dans les deux questions suivantes :
Est-ce que la formation universitaire est un facteur déterminant dans la formation de l'intention entrepreneuriale ?

Est-ce que la formation entrepreneuriale est uniquement susceptible de nourrir la désirabilité d'entreprendre ?

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

- **H1** : la formation universitaire représente un biais important dans l'intention entrepreneuriale par le développement de la désirabilité.
- **H2** : uniquement les formations entrepreneuriales sont susceptibles de nourrir la désirabilité d'entreprendre.

Partie revue de la littératures

Afin de sonder le lien entre la formation universitaire et l'envie d'entreprendre nous avons opté pour une technique de sondage par questionnaire. Nous avons adopté une approche méthodologique rigoureuse et bien structurée. Notre choix s'est porté sur une enquête, réalisée à l'aide d'un questionnaire, afin de recueillir des données précises et comparables. L'échantillon de notre étude comprenait 200 étudiants inscrits à l'Université de Bejaia, sélectionnés de manière aléatoire simple parmi les facultés de sciences économiques, de gestion et de commerce (SECG), de sciences humaines et sociales, et de droit. Cette diversité académique nous a permis de capturer une variété de perspectives et d'assurer la représentativité de notre échantillon. Les résultats seront abordés sous forme de tableaux croiss et analyse descriptive simple.

Structure de recherche

Afin de répondre au mieux à notre problématique et de vérifier la pertinence de nos hypothèses nous avons scindé notre recherche en trois chapitres fluide et complémentaire. Dans le premier chapitre nous allons aborder le lien entre la formation universitaire et l'intention entrepreneuriale le deuxième chapitre parle sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale Enfin et dans le dernier chapitre il sera question d'analyser les résultats de notre enquête de terrain.

CHAPITE 1

CHAPITRE 1 : LE LIEN ENTRE LA FORMATION UNIVERSITAIRE ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE.

L'entrepreneuriat est un moteur essentiel du développement économique d'un pays. Par conséquent, il est impératif de dispenser une formation adéquate aux futurs entrepreneurs. En élargissant les programmes de formation en entrepreneuriat au sein des universités, nous offrons aux jeunes étudiants une préparation plus complète pour réussir dans le monde professionnel en prenant en main leur propre destinée.

Dans cette perspective, les initiatives visant à enrichir les programmes universitaires en entrepreneuriat revêtent une importance capitale. Ces programmes doivent offrir une combinaison équilibrée de connaissances théoriques et pratiques, ainsi que des opportunités d'apprentissage expérientielles. En exposant les étudiants à des études de cas, des simulations d'entreprise et des stages en milieu professionnel, nous favorisons le développement de compétences essentielles telles que la prise de décision, la gestion des risques et la résolution de problèmes.

De plus, une formation en entrepreneuriat efficace doit également inclure des modules sur la gestion financière, la planification stratégique, le marketing et la gestion des ressources humaines. Ces compétences sont cruciales pour transformer les idées entrepreneuriales en entreprises prospères et durables.

En élargissant l'accès à une formation en entrepreneuriat à travers les universités, nous encourageons également la diversité et l'inclusion dans le domaine de l'entrepreneuriat. En offrant des opportunités éducatives à un large éventail d'étudiants, quel que soit leur domaine d'études, nous favorisons l'émergence de nouvelles perspectives et idées novatrices.

Enfin, il est essentiel que les programmes de formation en entrepreneuriat s'adaptent constamment aux évolutions du marché et aux nouvelles tendances technologiques. Cela garantira que les futurs entrepreneurs sont équipés pour relever les défis et saisir les opportunités dans un environnement en constante évolution.

En somme, l'élargissement des programmes de formation en entrepreneuriat à l'université est une étape essentielle pour préparer la prochaine génération d'entrepreneurs à réussir dans le monde professionnel. En offrant une éducation complète et adaptée, nous donnons aux étudiants les outils nécessaires pour façonner leur propre avenir et contribuer activement au développement économique de leur pays

1.1 Notions générales sur l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat représente bien plus qu'une simple tendance contemporaine ; c'est une discipline fondamentale qui contribue à la prospérité nationale en créant de la valeur. Son impact s'étend profondément dans la culture, où il incarne l'esprit d'innovation et de prise de risque. Le système éducatif, et en particulier l'enseignement universitaire, est un acteur central dans la promotion de cette mentalité entrepreneuriale en fournissant aux étudiants les compétences, les connaissances et la motivation nécessaires pour réussir dans le monde des affaires.

1.1.1 L'entrepreneuriat un concept à définir

La compréhension de l'entrepreneuriat va bien au-delà d'une synthèse simpliste des définitions proposées par différents auteurs. Chaque penseur aborde ce phénomène de manière unique, apportant sa propre perspective et sa compréhension distincte. Selon Gasse (1883), l'entrepreneuriat s'entend comme « *l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, pour créer, développer et implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus* ». Selon Julien et Marchesnay (1996) « *l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires* ». Selon Verstraete (2000), « *l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques* ». Tounés A (2003) considère « *l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux culturels, politiques et économiques qui se manifestent dans un contexte donné* ».

D'après Fayolle et Filion (2006) « *l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une*

solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la démarche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancer dans la création et le démarrage d'une entreprise ».

Selon Julien P-A et Cadieux (2010) l'entrepreneuriat « *est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi* ».

En résumé, l'entrepreneuriat se réfère à la fois à l'étude de l'entrepreneur en tant que figure et à l'acte même d'entreprendre, c'est-à-dire de mener à bien un projet ou une initiative.

1.1.2 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat représente un processus dynamique impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités afin de générer de la valeur par le biais de la création de nouvelles entités organisationnelles. L'entrepreneur agit comme le moteur de ce processus et en est le résultat concret, occupant ainsi une position centrale dans sa mise en œuvre et son aboutissement.

1.1.2.1 Un processus lié à la notion d'opportunité

Le concept d'opportunité existe depuis longtemps dans la littérature sur l'entrepreneuriat, mais récemment il y a pris une place très importante. Pour Timmons (1994 : 7), la transformation de l'opportunité est faite indépendamment des ressources directement contrôlées : « *Entrepreneurship is the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regardless of the resources currently controlled* ». La conception de Shane et Venkataraman (2000: 218): « *The scholarly examination of how, by whom and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited (Venkataraman, 1997). Consequently, the field involves the study of sources of opportunities the process of discovery, evaluation, and exploitation of opportunities; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them* » est celle qui est aujourd'hui dominante dans le champ de l'entrepreneuriat. Shane et Venkataraman précisent que l'entrepreneuriat ne requiert pas, mais peut inclure, la création d'une nouvelle organisation. Ils s'appuient, pour cela, sur les travaux de Amit, Glosten, Mueller (1993) et Casson (1982) postulant que l'entrepreneuriat peut se produire au sein d'une entreprise existante (par opposition à la créer pour son propre compte). Casson (1982) assimile

les opportunités à des « *occasions où de nouveaux biens, services, matières premières et méthodes d'organisation peuvent être présentés et vendus à un prix plus élevé que leur coût de production.*

Deux regards peuvent être posés sur l'opportunité. Le premier voit dans celle-ci une réalité objective, identifiable en tant que telle. Les opportunités existeraient et il suffirait d'avoir une capacité à les reconnaître pour se les approprier et les transformer en réalités économiques. Le second postule que l'opportunité est une construction sociale naissant des interactions et des confrontations entre un individu et un environnement. L'opportunité se modèle au cours d'un processus de création (d'une entreprise par exemple, mais pas forcément). Dans ce sens, elle n'est pas le point de départ, l'élément objectif qu'il faut forcément découvrir pour initier ce processus (Fayolle, 2004).

1.1.2.2 Un processus d'émergence organisationnelle

L'entrepreneuriat est conçu ici comme un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation. Même s'il n'est pas toujours facile d'identifier les travaux et les chercheurs qui sont à l'origine de cette conception, ce courant est, pour nous, fortement associé à l'œuvre de Gartner: « *I think that those who are familiar with some of my previous writings on entrepreneurship are aware that the domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation* » (Gartner, 1995, p. 69).

1.1.2.3 L'entrepreneuriat : un processus qui évolue sous l'effet d'un dialogique individu-crédation de valeur

La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990). Dans le monde francophone, Bruyat (1993) utilise le concept de création de valeur dans un travail doctoral qui a profondément marqué le domaine. Pour cet auteur, « l'objet scientifique étudié dans le Champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu-crédation de valeur » (Bruyat, 1993, p. 57). Le champ de l'entrepreneuriat se conçoit donc à travers une relation Liant un individu (ou une petite équipe) à la valeur que ce dernier contribue à créer, A travers ses idées, une opportunité, une innovation, éléments contenus dans un projet puis dans une organisation. Le principe dialogique, proposé par Morin (1989). Signifie que deux ou plusieurs logiques sont liées en une unité, de façon complexe (complémentaire,

concurrente et antagoniste) sans que la dualité se perde dans L'unité. Cette dialogique s'inscrit dans une double dynamique de changement et Peut être définie comme suit (1993, p. 58) :

L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la chose de l'individu, nous avons :

INDIVIDU → CRÉATION DE VALEUR

La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une place prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), nous avons :

CRÉATION DE VALEUR → INDIVIDU >>>

La dialogique création de valeur \longleftrightarrow individu peut être appréhendée comme un système en interaction avec un environnement donné à composantes multiples (familiale, professionnelle, liée au secteur d'activité concerné). Ce système évolue dans un processus et sous l'effet du temps qui en est une dimension incontournable (Bruyat et Julien, 2001). Cette représentation rejoint, d'une certaine façon, celle de Gartner (1985) dans laquelle les dimensions importantes sont : l'(es) individu(s), l'environnement, l'organisation et le processus.

1.1.3 Le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique

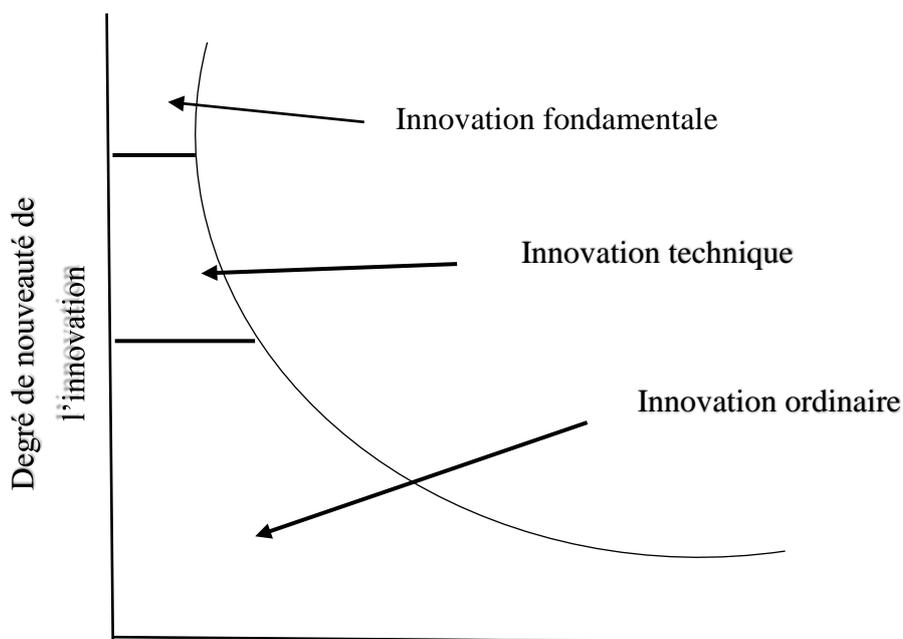
L'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le développement économique, non seulement en augmentant la production et le revenu par habitant, mais aussi en initiant et en réalisant l'évolution structurelle de l'économie et de la société. La croissance et l'accroissement de la production qui accompagnent cette évolution permettent de faire croître les ressources à distribuer entre les acteurs économiques. Quels sont les facteurs qui facilitent l'évolution et le développement dans certaines zones spécifiques ? Selon une théorie de la croissance économique, l'innovation est la clé, non seulement pour l'apparition de nouveaux biens et services, mais aussi pour susciter l'intérêt des investisseurs envers les nouvelles entreprises.

Leurs nouveaux investissements influencent simultanément les deux aspects de la croissance économique, l'offre et la demande : ils augmentent la capacité de production (offre) tout en absorbant cette nouvelle capacité par les dépenses associées (demande). Cependant, malgré

l'importance de l'investissement et de l'innovation pour le développement économique d'une région, le processus d'évolution des produits reste encore mal compris. Ce processus englobe la diffusion de l'innovation et son arrivée sur le marché grâce à la création d'entreprises, ce qui stimule la croissance économique.

Le processus d'évolution des produits commence avec des connaissances scientifiques, telles que la thermodynamique, la mécanique des fluides, l'électronique ou la technologie, et se termine par l'introduction de biens ou services sur le marché. Le point critique de ce processus se situe là où ces connaissances rencontrent un besoin social avéré, marquant ainsi le début de la phase de développement du produit. Souvent, ce point, appelé synthèse itérative, ne parvient pas à se transformer en une innovation commercialisable.

Figure 1 Les Types d'innovations



Source : Hisrich, 1986, P.73

Bien sûr, les innovations varient en termes de degré de nouveauté. Comme le montre la figure 1, la majorité des innovations introduites sur le marché sont des innovations ordinaires, caractérisées par un faible degré de nouveauté ou de technologie. Les innovations technologiques ou fondamentales sont rares, et le nombre total d'innovations est inversement proportionnel au niveau de technologie utilisé. Quelle que soit l'ampleur de leur nouveauté ou

de leur technologie, toute innovation (en particulier celles des deux derniers types) doit recourir à l'un des trois mécanismes suivants pour évoluer et atteindre le stade commercial : l'initiative publique, l'intrapreneuriat ou l'entrepreneuriat.

1.1.3.1 L'initiative publique

L'initiative publique constitue une première approche pour commercialiser les résultats de l'interaction entre un besoin social et une technologie. Fréquemment appelée transfert de technologie, cette démarche a donné lieu à de nombreux efforts de recherche. Cependant, malgré de nombreuses tentatives et découvertes, peu d'inventions issues de recherches scientifiques sérieuses ont atteint le stade commercial. La plupart des sous-produits de la recherche scientifique ne répondent à aucun besoin social, et ceux qui le font doivent souvent être considérablement modifiés pour séduire le marché. Bien que les pouvoirs publics disposent des ressources financières nécessaires pour transférer une technologie sur le marché, ils manquent de compétences en gestion, notamment en marketing et en distribution, indispensables à une commercialisation réussie. En outre, la lourdeur administrative et les formalités bureaucratiques constituent souvent des obstacles à l'émergence d'une activité stratégique au moment opportun.

1.1.3.2 L'intraprenance

L'intrapreneuriat (entrepreneuriat au sein d'une structure économique existante) est également un moyen de combler le fossé entre la science et le marché. Les entreprises existantes disposent des ressources financières, des compétences en gestion, ainsi que des systèmes de marketing et de distribution nécessaires pour commercialiser une innovation avec succès. Cependant, leur structure administrative, la priorité accordée aux profits à court terme et la rigidité organisationnelle peuvent souvent inhiber la créativité et entraver le développement de nouveaux produits. Conscientes de ces obstacles et du besoin de créativité et d'innovation, certaines entreprises ont tenté d'inculquer un esprit entrepreneurial au sein de leurs organisations.

1.1.3.3 L'entreprenance

Pourtant, malgré ces difficultés sans nombre, l'entreprenance est actuellement la méthode la plus efficace pour faire le pont entre la science et le marché, créer de nouvelles entreprises et lancer des biens et services nouveaux. Elle exerce un impact significatif sur l'économie d'une

région. Une autre méthode pour combler le fossé entre la science et le marché est l'entrepreneuriat. De nombreux entrepreneurs rencontrent des difficultés à franchir ce fossé et à créer de nouvelles activités. Ils manquent souvent de compétences en gestion, de moyens commerciaux et de financements. Leurs inventions sont souvent irréalistes et nécessitent des modifications importantes avant de pouvoir être commercialisées. De plus, les entrepreneurs ne savent souvent pas comment aborder des interlocuteurs clés tels que les banques, les fournisseurs, les clients, les firmes de capital-risque, les distributeurs et les agences de publicité. L'entrepreneuriat renforce le tissu économique et crée des emplois. Entre 1970 et 1980, les petites entreprises ont créé 20 millions de nouveaux emplois aux États-Unis, tandis que le solde net des créations d'emplois dans les cinq cents plus grandes sociétés du classement Fortune était nul. Étant donné son impact significatif sur l'économie globale et l'emploi, il est surprenant que l'entrepreneuriat ne soit pas davantage considéré comme un élément central du développement économique.

1.1.4 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat

La littérature sur l'entrepreneuriat distingue trois principales approches : descriptive, comportementale et processuelle. L'approche descriptive (ou approche par les traits) répond à la question « Qui est l'entrepreneur ? », l'approche comportementale (ou approche par les faits) répond à la question « Que fait l'entrepreneur ? » et l'approche processuelle (ou approche cognitive) répond à la question « Comment l'entrepreneur agit-il ? ».

1.1.4.1 L'approche Trait

L'approche par les traits en entrepreneuriat a été explorée par plusieurs théoriciens cherchant à distinguer les entrepreneurs des non-entrepreneurs et à établir une liste de caractéristiques spécifiques aux entrepreneurs. Cependant, il n'existe pas de consensus sur le nombre de ces traits ou sur leur validité. Dej (2007) a identifié plusieurs traits personnels chez les entrepreneurs qui sont souvent associés aux intentions entrepreneuriales et à la réussite entrepreneuriale, notamment :

*Le besoin d'accomplissement, qui se réfère à la volonté des individus de travailler dur pour atteindre le succès.

*Le locus de contrôle, qui représente dans quelle mesure les individus se perçoivent comme étant responsables de leur propre destin.

*La propension à prendre des risques, décrivant l'attitude d'un individu envers la prise de risques dans son environnement.

*La tolérance à l'ambiguïté, décrivant la capacité de l'individu à prendre des décisions malgré des informations incomplètes.

*La créativité, qui inclut la propension à l'expérimentation, les essais et erreurs, ainsi que la pensée latérale.

*Le besoin d'autonomie, exprimant le désir d'indépendance et de contrôle.

*L'auto-efficacité, qui décrit les croyances optimistes de l'individu en sa capacité à faire face à diverses situations difficiles.

Ces caractéristiques personnelles sont souvent considérées comme des éléments clés dans la motivation et le comportement des entrepreneurs.

Stevenson et Jarillo (1990) notent qu'il est complexe de modéliser et d'expliquer le comportement entrepreneurial en se basant uniquement sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Ce constat partagé a incité les chercheurs à se pencher davantage sur l'étude des processus entrepreneuriaux.

1.1.4.2 L'approche comportementale

L'entrepreneur est souvent valorisé pour sa capacité à identifier, exploiter et agir sur des opportunités qui échappent à la détection des autres. Ce comportement constitue un domaine d'intérêt pour les théoriciens cherchant à approfondir leur compréhension de l'entrepreneuriat. L'approche cognitive examine les facteurs qui influencent le comportement entrepreneurial, tandis que les approches comportementales se concentrent sur les actions concrètes des entrepreneurs. Ainsi, l'objectif de l'approche comportementale en entrepreneuriat est de comprendre le rôle de l'entrepreneur dans le processus complexe de création de nouvelles entreprises. Garner W.B (1988) a souligné l'importance pour les chercheurs d'observer les entrepreneurs lors du processus de création d'entreprise et de décrire précisément les rôles et les activités qu'ils exercent.

1.1.4.3 L'approche cognitive

Les chercheurs sont convaincus que les modèles cognitifs offrent une capacité prédictive supérieure à celle de l'approche par les traits dans la recherche sur l'entrepreneuriat. Par conséquent, les chercheurs se concentrent sur les processus cognitifs des entrepreneurs pour mieux comprendre "comment les entrepreneurs pensent" et étudient comment ils gèrent l'information. Dans ce cadre, Baron. R démontre que certains individus possèdent des structures cognitives qui leur permettent de détecter des opportunités d'affaires potentielles. Cependant, la sensibilité d'un entrepreneur à saisir une opportunité d'affaires peut varier dans le temps et selon la situation. Plusieurs questions animent l'approche cognitive, dont la principale est : "Pourquoi certaines personnes deviennent-elles des entrepreneurs alors que d'autres, tout aussi talentueuses voire plus, ne le deviennent pas ?"

L'approche cognitive est considérée comme l'une des nouvelles approches du domaine qui met l'accent sur l'individu plutôt que sur sa personnalité. Ainsi, elle se focalise sur la perception entrepreneuriale de l'individu, tandis que l'approche par les traits se concentre davantage sur la personnalité de l'entrepreneur.

1.1.5 Les formes de l'entrepreneuriat

La création d'entreprises, et plus largement l'entrepreneuriat, sont désormais unanimement reconnus comme des éléments essentiels pour la société, grâce à leur contribution à la revitalisation et au progrès de l'économie. Selon Fillion (2005), nous assistons à une augmentation du nombre de travailleurs indépendants, de micro-entreprises et de petites entreprises dans le monde d'aujourd'hui. « *Les gens sont appelés à adopter des attitudes de plus en plus entrepreneuriales, même ceux qui vont faire carrière dans les grandes organisations privées ou publiques* ».

L'action entrepreneuriale, qui se manifeste à travers un projet entrepreneurial, peut revêtir différentes formes :

*Entreprendre en tant qu'indépendant (création ou reprise d'une entreprise).

*Entreprendre au sein d'une entreprise existante (intrapreneuriat).

*Entreprendre au service de la société (actions humanitaires, associatives). D'une manière générale, le projet entrepreneurial peut revêtir plusieurs formes :

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

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

1.1.5.2 La création d'une entreprise par essaimage

Il s'agit du soutien offert par une entreprise mère (appelée entreprise essaimante) à un employé (essaimé), lui permettant de créer sa propre entreprise tout en restant salarié de cette entreprise. Ces mesures peuvent revêtir différentes formes telles que le parrainage, une assistance financière, un soutien en expertise, l'accès à l'information, le transfert de brevets ou d'activités, etc. Créer une entreprise en étant salarié et bénéficiant du soutien de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises mettent en place des mesures et des dispositifs visant à encourager et à accompagner leurs salariés dans la création d'entreprises. Les projets peuvent être divers, couvrant la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais le soutien (matériel, intellectuel, commercial et financier) de l'entreprise peut contribuer à réduire le niveau de risque pour l'entrepreneur.

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

=>Avantages pour l'essaimé

En cas d'échec de son projet, l'essaimé a la possibilité de retourner à son entreprise d'origine à un salaire et à un poste équivalent. De plus, le taux d'échec des entreprises créées par essaimage est bien inférieur à la moyenne nationale. En outre, l'essaimé peut choisir de changer d'orientation professionnelle en devenant "extra preneur".

=>Avantages pour l'entreprise essaimant

- . Utilisation d'un outil flexible : recrutement de collaborateurs présentant un potentiel entrepreneurial, valorisation de la propriété intellectuelle.
- . Adaptation des effectifs.
- . Externalisation d'une activité (par exemple : commercialisation, logistique).
- . Contribution au développement du tissu économique.
- . Transformation de la culture d'entreprise.
- . Établissement d'un réseau d'entreprises partenaires.

1.1.5.3 La création d'une entreprise par franchise

La franchise représente une méthode particulière de création d'entreprise où le promoteur tire avantage, entre autres, de la notoriété déjà établie. Ce modèle met en relation un franchiseur, une entreprise qui souhaite étendre son activité en utilisant cette approche, et un franchisé, un individu désireux de créer une entreprise en appliquant une formule déjà éprouvée ailleurs. En quelque sorte, cette forme de création consiste à reproduire un modèle qui fonctionne déjà dans un contexte géographique spécifique. La création en franchise bénéficie également d'un soutien important, bien que payant, de la part du franchiseur. Elle offre ainsi une opportunité à ceux qui manquent d'idées originales ou d'une capacité à innover pour concrétiser leur objectif de création d'entreprise.

1.1.5.4 L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat consiste en la création d'une nouvelle initiative, souvent pour conquérir de nouveaux marchés, par un employé entrepreneur au sein de son entreprise mère. Le terme "intrapreneuriat" a été introduit par Pinchot (1985), qui le définit comme le fait d'entreprendre au sein d'une structure existante en adoptant des pratiques et comportements entrepreneuriaux au sein d'une grande entreprise.

L'acteur central de ce phénomène est l'intrapreneur. Cette forme peut également se référer à la création d'une filiale. Dans ce cas, l'entrepreneur agit pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont généralement limités et les conditions matérielles offertes sont souvent celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette option peut être attrayante pour ceux qui aspirent à entreprendre mais qui hésitent en raison des risques potentiels ou de l'impact sur leur situation personnelle et familiale.

1.1.5.5 La reprise d'entreprise

Elle se définit selon les termes de Fayolle (2004). « *comme un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale* ». La reprise d'entreprise ou d'activité diffère significativement de la création d'entreprise. En effet, dans le cas de la reprise, l'organisation existe déjà et n'a pas été fondée de zéro. Il est donc possible de s'appuyer sur des données existantes qui décrivent son état actuel, son passé, sa structure et son mode de fonctionnement.

Dans ces trois situations, l'incertitude est généralement moins élevée et les niveaux de risque sont souvent plus faibles. Tout comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être effectuée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Deux cas de figure peuvent être envisagés :

La reprise d'une entreprise ou activité en bonne santé : La principale difficulté réside dans la nécessité d'obtenir rapidement des informations sur la disponibilité d'une entreprise de ce type à la vente. De plus, il est essentiel de disposer de ressources financières conséquentes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est également crucial de posséder de solides compétences générales et une expérience réussie en management. En effet, il est important de ne pas perdre de temps à apprendre les rouages du métier de chef d'entreprise.

La reprise d'une entreprise ou activité en difficulté : En cas de difficultés avérées, telles que les entreprises en redressement judiciaire, il est essentiel de bien comprendre le cadre légal régissant la reprise d'entreprises en difficulté. Entretenir des relations avec des acteurs clés dans ce domaine apparaît également comme une condition indispensable.

1.1.5.6 L'Entrepreneuriat solidaire et sociale

Cette forme d'entrepreneuriat se manifeste par la création d'activités bénévoles, ainsi que par l'innovation et l'amélioration des secteurs d'activités bénévoles existants. Elle englobe également la création et le développement d'organisations à but non lucratif, qui se distinguent des entreprises économiques par leur objectif principal qui n'est pas la maximisation des profits, mais plutôt la satisfaction d'intérêts généraux ou la défense de causes humanitaires.

Selon l'OCDE, l'entrepreneuriat social se réfère à toute initiative privée visant un intérêt général et n'ayant pas pour but principal la maximisation des profits, mais plutôt la réalisation de certains objectifs, ainsi que la capacité à mettre en place des solutions innovantes. L'entrepreneuriat social et solidaire englobe également les projets associatifs, qui naissent de l'initiative d'un petit groupe de personnes souhaitant s'engager pour trouver des solutions aux problèmes sociaux. Le projet associatif vise à résoudre des problèmes tels que l'éducation, la santé et les menaces environnementales en cherchant des solutions adaptées et souvent novatrices. Trois objectifs fondamentaux sont associés à cette forme d'entrepreneuriat social :

Un aspect économique :

- *Engagement dans la prise de risques.
- *Production de biens et services.
- *Création de richesses et d'emplois.

Une gouvernance participative :

- *Implication active des parties prenantes.
- *Processus décisionnel indépendant de la possession du capital.
- *Limitation de la rémunération du capital.
- *Utilisation des excédents au profit des individus et du projet.

Une finalité sociale :

- *Combat contre l'exclusion (chômage, pauvreté, etc.).
- *Valorisation d'un territoire, d'un environnement, d'un patrimoine.
- *Création et maintien d'emplois durables et de qualité.
- *Renforcement du lien social.

1.1.5.7 Le techno-entrepreneuriat

Il s'agit de lancer un projet novateur dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC), ce qui implique une combinaison entre esprit d'innovation et technologie, typique de la nouvelle économie. Par exemple, cela peut se manifester par la création d'une entreprise de développement de logiciels, entre autres. On constate ainsi que

l'entrepreneuriat englobe un large éventail, allant de l'entrepreneur indépendant, dont le focus est sur lui-même et pour qui l'entreprise est un moyen de réussir personnellement, jusqu'à l'entrepreneuriat social, qui est davantage axé sur la société et les autres.

1.2 La formation universitaire dédiée à l'entrepreneuriat

La formation entrepreneuriale vise à renforcer les compétences et les capacités des étudiants afin qu'ils puissent transformer des idées novatrices en initiatives entrepreneuriales. Il s'agit d'une compétence cruciale pour tous, favorisant le développement personnel, l'engagement citoyen, l'intégration sociale et l'employabilité. Cette compétence est intégrée à l'ensemble du parcours éducatif, englobant toutes les matières et méthodes d'enseignement et d'apprentissage - qu'elles soient formelles, informelles ou non formelles - qui encouragent une mentalité ou des actions entrepreneuriales, que celles-ci visent un but lucratif ou non.

1.2.1 Enseigner l'entrepreneuriat : une question de définition(s)

Pour nous, la définition de l'enseignement de l'entrepreneuriat est étroitement liée à la conception de l'entrepreneuriat dans laquelle cet enseignement ou cette formation doit s'inscrire. Définir l'enseignement de l'entrepreneuriat nécessite donc également de clarifier le sens du terme "enseignement". Nous commencerons par éclaircir ce point, puis nous montrerons que la question de savoir si l'entrepreneuriat peut être enseigné, qui a longtemps été débattue, n'a plus de pertinence aujourd'hui. Enfin, nous aborderons la discussion sur la définition (ou les définitions) que l'on peut attribuer à ce type d'enseignement.

1.2.1.1 Enseignement et éducation :

Pour de nombreux individus, l'idée et le concept d'entrepreneuriat semblent souvent flous ou peu connus. Le terme "entrepreneuriat" est polysémique, ce qui signifie qu'il peut revêtir différentes significations. Par exemple, il peut faire référence à des compétences telles que l'autonomie, la créativité, l'innovation, la prise de risque, ou bien désigner le processus de création d'une entreprise.

Pour clarifier ce que recouvre l'enseignement de l'entrepreneuriat, une réflexion préalable sur les termes "enseigner" et "éduquer" s'impose. Il est pertinent d'examiner si ces deux termes, que nous associons souvent, conviennent vraiment ensemble. Pour ce faire, revenons aux définitions de ces mots dans le Dictionnaire Hachette :

Enseigner : Instruire quelqu'un dans un art ou une science ; lui donner des leçons, lui transmettre des connaissances. Par exemple, enseigner la littérature, enseigner la danse aux enfants... Le terme "enseigner" implique une certaine passivité de l'apprenant.

Éduquer : Développer le caractère, l'esprit et les facultés de quelqu'un, en particulier d'un enfant. Développer une faculté ou un organe, tel que la mémoire ou l'oreille. Le mot "éduquer" semble mieux convenir, du moins pour une partie des actions d'enseignement et de formation dans ce domaine. De plus, l'éducation des individus s'inscrit davantage dans une évolution des processus et méthodes d'apprentissage, passant du mode didactique au mode "entrepreneurial", comme l'a souligné Allan Gibb (1993, 1996). Le tableau 1 résume les principales différences entre ces deux modes d'apprentissage.

Tableau 1 Modèles d'apprentissage didactique et entrepreneurial

Modèles d'apprentissage	
Modèle didactique	Modèle entrepreneurial
Enseignement par le professeur uniquement	Apprentissage réciproque des uns par les autres
Élève passif dans une position d'écoute	Apprentissage par le faire (<i>learning by doing</i>)
Apprentissage par l'écrit	Apprentissage par les échanges interpersonnels et les débats/discussions
Apprentissage par feedback d'une personne clé : l'enseignant	Apprentissage par réactions de personnes différentes et nombreuses
Modèles d'apprentissage	
Modèle didactique	Modèle entrepreneurial
Enseignement dans un environnement programmé et bien organisé	Apprentissage dans un environnement flexible, informel
Apprentissage sans pression sur des objectifs immédiats	Apprentissage sous pression : des objectifs sont à atteindre
Apport des autres découragé	Apprentissage par emprunt aux autres
Peur de l'échec et de l'erreur	Apprentissage par essais/erreurs
Apprentissage par la prise de notes	Apprentissage par la résolution de problèmes
Apprentissage par un réseau d'experts » enseignants	Apprentissage par la découverte guidée

Source : Gibb, 1993

Ainsi, il est clair que les termes "enseigner" et "éduquer" ne partagent pas le même sens, ne visent pas les mêmes objectifs et ne s'inscrivent pas dans un même paradigme éducatif. La notion d'éducation semble mieux adaptée aux situations où l'on cherche à éveiller les esprits, à sensibiliser les individus au phénomène entrepreneurial, à leur fournir des clés de développement personnel et professionnel, et à susciter chez eux, le cas échéant, une volonté d'entreprendre. En revanche, la notion d'enseignement, même dans son sens traditionnel, convient davantage aux contextes de transmission de connaissances sur les sujets et les aspects de l'entrepreneuriat.

Il est donc nécessaire de combiner ces deux notions, d'éducation et d'enseignement, dans les cours et les programmes d'entrepreneuriat. Les opposer, les exclure ou privilégier l'une au détriment de l'autre ne ferait que nuire au domaine. En outre, il est essentiel d'introduire une troisième notion, celle d'apprentissage. Cette vision contemporaine de l'éducation accorde une place centrale aux apprenants (étudiants, participants), qui jouent un rôle actif et participent à la construction de leurs propres connaissances.

1.2.1.2 Peut-on enseigner l'entrepreneuriat ? Peut-on apprendre à entreprendre ?

Il est surprenant que certains persistent à affirmer qu'il est impossible d'enseigner l'entrepreneuriat. Pour eux, l'entrepreneuriat relèverait davantage de la personnalité et des caractéristiques psychologiques. Ils avancent que le talent et le tempérament ne peuvent pas être enseignés (Thompson, 2004). Pourtant, cela s'applique à toutes les professions et situations professionnelles. Personne ne remettrait en question la possibilité d'apprendre la médecine, le droit ou l'ingénierie, même si certains médecins, juristes et ingénieurs ont manifestement plus de talent que d'autres (Hindle, 2007). Ce raisonnement peut être étendu à l'entrepreneuriat et aux entrepreneurs. Il est indéniable qu'il est possible d'éduquer et de former à l'entrepreneuriat.

Cependant, tout comme dans d'autres domaines, nous ne pouvons pas garantir à l'avance que ces professionnels auront du talent, ni assurer a priori le succès de leurs actions. Alors que l'approche visant à fournir à un futur entrepreneur les connaissances nécessaires pour gérer efficacement son processus et surmonter les obstacles lors de la préparation et du lancement de son projet relève clairement de l'enseignement et de l'apprentissage, celle qui cherche à développer ses compétences, ses attitudes et sa personnalité pose davantage de défis (Fayolle, 1997). Ces observations sont étayées par Kuratko (2005: 580) lorsqu'il affirme : "*Il devient de*

plus en plus évident que l'entrepreneuriat, ou certains de ses aspects, peuvent être enseignés. Les éducateurs en affaires et les professionnels ont dépassé le mythe selon lequel les entrepreneurs naissent et ne se font pas." Pour conclure, il est important de rappeler les mots de Peter Drucker (1985) : "Le mystique de l'entrepreneuriat ? Ce n'est pas de la magie, ce n'est pas mystérieux, et cela n'a rien à voir avec les gènes. C'est une discipline. Et, comme toute discipline, elle peut être apprise."

1.2.1.3 Définir l'enseignement et l'apprentissage de l'entrepreneuriat

Plusieurs ouvrages récents que nous avons dirigés (Fayolle et Klandt, 2006 ; Fayolle, 2007 et 2010) présentent les contributions d'experts internationaux sur les questions et problématiques liées à l'enseignement de l'entrepreneuriat. Ces travaux offrent des définitions et des perspectives nouvelles pour approfondir ce domaine d'enseignement. Fayolle (2006) distingue trois domaines d'apprentissage liés à l'état d'esprit (ou la culture, au niveau organisationnel ou institutionnel), aux comportements et aux situations. Hindle (2007) suggère d'harmoniser la définition de l'enseignement de l'entrepreneuriat avec celle de l'objet de recherche. Ainsi, si nous définissons le champ de l'entrepreneuriat comme "l'étude de la manière dont, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de futurs biens et services sont découvertes, évaluées et exploitées" (Venkataraman, 1997 ; Shane et Venkataraman, 2000), alors l'enseignement de l'entrepreneuriat devrait être défini comme "le transfert de connaissances (ou l'organisation d'apprentissages) sur la manière dont, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de futurs biens et services sont découvertes, évaluées et exploitées" (Hindle, 2006). Cette définition trouve écho dans les travaux des économistes autrichiens, notamment Schumpeter (1934) et Kirzner (1983), ainsi que dans ceux de March (1991) sur les dimensions exploration (fonction entrepreneuriale) et exploitation (fonction de gestion), et enfin dans ceux de Stevenson et Jarillo (1990). De la même manière, des définitions applicables à l'enseignement de l'entrepreneuriat pourraient être proposées en cohérence avec d'autres écoles de pensée qui structurent le champ (Fayolle, 2005 et 2007).

Les perspectives de l'entrepreneuriat qui émanent des sphères politique et économique accordent une importance particulière à des aspects différents de ceux de la recherche ou de l'apprentissage. Elles mettent en avant des besoins et des objectifs qui peuvent être abordés ou atteints par des programmes éducatifs et des actions pédagogiques. Un travail réalisé par un

groupe d'experts européens a proposé une définition commune de l'entrepreneuriat, qui a suscité un consensus général. Cette définition inclut deux éléments distincts : l'initiative entrepreneuriale et l'innovation.

Une perspective plus large de l'enseignement des attitudes et compétences entrepreneuriales, qui englobe le développement de certaines qualités personnelles et qui ne se concentre pas directement sur la création de nouvelles entreprises ; et une approche plus spécifique de la formation à la création d'une entreprise (Commission Européenne, 2002). Avec cette définition étendue, il devient assez simple de définir des objectifs politiques pour ce type d'enseignement.

La diversité des conceptions et des définitions découle en partie de la pluralité des approches au sein d'un même domaine, comme le monde académique, et également de la coexistence des différents univers impliqués dans ce domaine, notamment les milieux académique, politique et pratique. Il est crucial que ces différents milieux cherchent à améliorer leur communication et leur compréhension mutuelle (Fayolle et Surlemont, 2009).

Dans le contexte actuel, ce qui semble le plus problématique n'est pas tant la multiplicité des définitions et des interprétations que l'absence d'une définition précise qui puisse éclairer et soutenir un enseignement spécifique. En ce sens, nous pourrions nous inspirer de la réflexion de Kurt Lewin sur le débat entre théorie et pratique : "Il n'y a rien de plus pratique qu'une bonne théorie". Nous pourrions transposer cette idée à notre domaine en affirmant : "Il n'y a rien de plus pratique pour enseigner l'entrepreneuriat qu'une bonne définition de l'entrepreneuriat"

1.2.2 L'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale

Selon Donckels, l'objectif premier des programmes de formation en entrepreneuriat est de sensibiliser les étudiants à la possibilité d'envisager une carrière entrepreneuriale comme une voie professionnelle viable. Ces programmes visent à susciter chez les étudiants une réflexion approfondie sur les valeurs, les attitudes et les motivations propres aux entrepreneurs, afin de stimuler leur désir de s'engager dans l'entrepreneuriat. Par conséquent, il est logique et approprié d'évaluer l'efficacité de ces formations en observant les changements dans les attitudes, les perceptions et les intentions des étudiants. Dans cette optique, l'intention d'entreprendre est considérée comme la première étape d'un processus évolutif menant éventuellement à l'adoption d'un comportement entrepreneurial, comme l'a souligné Fayolle A. dans son étude de 2011 sur

l'évaluation d'une formation en entrepreneuriat, en analysant les dispositions initiales et l'impact sur l'intention d'entreprendre.

Moreau et Ravel proposent un modèle en trois phases pour comprendre l'émergence de l'intention entrepreneuriale et ses fluctuations : d'abord, la reconnaissance du métier d'entrepreneur, associé aux aspects plaisants et bénéfiques des activités entrepreneuriales, suivi d'un engagement continu envers l'intention entrepreneuriale (Saleh, 2011).

L'enseignement de l'entrepreneuriat revêt une importance cruciale pour les deux premières étapes de l'apparition et du développement de l'intention entrepreneuriale : il permet à l'étudiant de prendre conscience de la possibilité d'entreprendre, de comprendre les fondements de l'entrepreneuriat et d'acquérir les compétences nécessaires pour entreprendre (Saleh, 2011). Selon Fayolle et ses collègues, un programme d'enseignement en entrepreneuriat, même s'il vise principalement à sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat, devrait avoir un impact positif à court terme sur l'intention d'entreprendre (Saleh, 2011).

Fayolle a proposé l'utilisation de la théorie du comportement planifié comme un outil précieux pour évaluer les programmes et les formations en entrepreneuriat, tenant compte de la diversité et de la complexité des défis liés à l'évaluation, comme l'a souligné Saleh en 2011. L'auteur a élaboré un instrument de mesure dynamique basé sur cette théorie pour évaluer l'efficacité des programmes d'enseignement en entrepreneuriat. Ce modèle d'évaluation constitue un cadre général qui relie des variables indépendantes telles que l'éducation, la formation et leur contexte, à des variables dépendantes comprenant diverses attitudes et l'intention d'entreprendre.

Kolvereid met en évidence que les intentions entrepreneuriales sont influencées par des facteurs susceptibles de changer avec le temps. Les cours d'entrepreneuriat et les programmes de formation axés sur la gestion des PME ou les réseaux, qui visent à modifier les valeurs, les attitudes et les normes sociales, peuvent avoir un impact positif, comme le souligne Saleh en 2011. De même, Noel a examiné l'effet de la formation en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale et l'efficacité personnelle perçue. L'étude a partiellement confirmé l'hypothèse selon laquelle les diplômés en entrepreneuriat affichaient une intention plus élevée et une perception plus développée de leur efficacité personnelle que les étudiants des autres filières, comme indiqué par Saleh en 2011.

Cette explication valide l'influence de l'éducation entrepreneuriale sur l'intention d'entreprendre et ses précurseurs. Ainsi, le système éducatif occupe aussi un rôle crucial dans la formation du système de valeurs, contribuant à la création et au développement d'intentions et de qualités entrepreneuriales chez les jeunes, selon Paturel en 2005

D'autres chercheurs, tels que Hansemark, Ehrlich et leurs collaborateurs, ont observé que l'enseignement de l'entrepreneuriat a un effet positif en renforçant des traits psychologiques tels que le besoin de réalisation, le locus de contrôle et la perception de l'efficacité personnelle, tout en augmentant les chances de s'engager dans une activité entrepreneuriale à l'avenir. Cependant, ces chercheurs ont accordé peu d'attention aux méthodes pédagogiques et aux contenus des programmes. Malgré cela, des études telles que celles menées par Dilts et ses collègues ont démontré que, pour préparer efficacement les étudiants à une carrière entrepreneuriale, les stages et l'apprentissage pratique sont plus bénéfiques que d'autres approches. Dans le cadre d'une expérimentation pédagogique, Jouisson et Verstrarete ont souligné l'importance de la sensibilisation initiale et de la formation spécifique au modèle d'affaires dans le contexte de la création d'entreprise. Enfin, les changements économiques, sociaux et technologiques croissants imposent de nouveaux défis au système éducatif. « L'enseignement de l'entrepreneuriat est considéré comme une opportunité majeure : il développe les compétences pour identifier et résoudre les problèmes dans un environnement complexe, favorise le développement d'attitudes nouvelles telles que l'autonomie, l'initiative et la responsabilité, et propose une vision plus intégrative et processuelle des défis de la création et du développement d'entreprises », comme le souligne Schied-Bienfait (Saleh, 2011).

En résumé, il semble que l'enseignement et la formation en entrepreneuriat aient un impact important sur l'intention entrepreneuriale. En d'autres termes, des écarts significatifs sont observés entre les étudiants ayant suivi des cours ou des programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat et ceux qui ne l'ont pas fait. La formation et la sensibilisation à l'entrepreneuriat influencent la perception de l'attrait et de la faisabilité de l'entrepreneuriat, qui sont des déterminants de l'intention d'entreprendre, comme l'indique Saleh en 2011

1.2.3 Les enjeux de l'enseignement de l'entrepreneuriat

Il est largement reconnu aujourd'hui que l'enseignement de l'entrepreneuriat est devenu crucial. Cependant, il est important de souligner que l'enseignement seul ne peut pas expliquer

entièrement les inclinations à entreprendre d'une population. Ces inclinations relèvent également de la responsabilité des établissements universitaires, mais ils ne constituent qu'un aspect parmi d'autres qui influencent la propension à entreprendre

Au cours des vingt dernières années, il y a eu une avancée significative dans la formation européenne en gestion, en grande partie grâce à une prise de conscience accrue de la nécessité d'une formation préalable pour éviter les erreurs souvent dues à l'inexpérience. Hernandez et Marco ont observé cette tendance et ont noté une lacune importante : l'absence de cours spécifiquement axés sur la prise de décision entrepreneuriale. Les programmes les plus courants se concentrent plutôt sur une approche plus traditionnelle des fonctions de l'entreprise. Cette observation soulève plusieurs questions intéressantes relevant à la fois du domaine de l'entrepreneuriat et des sciences de gestion.

Effectivement, l'entrepreneuriat est bien plus qu'un simple sujet de recherche ; c'est un domaine à part entière qui demeure d'une grande pertinence, même si certaines perspectives peuvent sembler dépassées. Au-delà d'être un simple fait, l'entrepreneuriat représente un état d'esprit et une discipline que l'on s'efforce d'inculquer et d'enseigner aux étudiants afin de les préparer à une carrière imprégnée d'un esprit entrepreneurial.

1.2.4 Les dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat

La revue de la littérature nous a permis d'identifier différentes dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat. Celui-ci englobe une dimension entrepreneuriale qui intègre également la dimension instrumentale, comme le soulignent Saporta et Verstraete (2000), et il contribue à enrichir plusieurs dimensions cognitives. Étant donné que l'enseignement de l'entrepreneuriat fait appel à diverses techniques pédagogiques, nous ajoutons également la dimension technique à notre analyse.

1.2.4.1 La dimension entrepreneuriale

« La diversité des définitions de l'enseignement de l'entrepreneuriat vient d'une part de la variété des approches au sein d'un même univers (le monde académique, par exemple) et d'autre part de la cohabitation des différents univers qui s'intéressent au domaine et qui en sont des parties prenantes, à savoir les univers académique, politique et pratique » (FAYOLLE, 2007)

Pour favoriser la transition de l'intention entrepreneuriale vers l'action entrepreneuriale, il est crucial d'incorporer la dimension entrepreneuriale dans le système éducatif. Cela permet de former et de soutenir les individus dans leur parcours vers l'entrepreneuriat

1.2.4.2 La dimension instrumentale

La dimension instrumentale se réfère à la compétence de sélectionner et d'utiliser efficacement les outils de gestion adaptés à chaque situation, comme l'ont souligné Saporta et Verstraete (1999). Cela implique une compréhension approfondie de la situation entrepreneuriale, bien que cette notion soit relativement peu explorée dans la recherche en entrepreneuriat.

Dans leur contribution, SCHMITT et AL. (2010) propose une définition des situations entrepreneuriales : « construction d'un monde environnant perçu par l'entrepreneur pour l'action présente à partir de la conception d'une situation future ».

Ainsi, l'accent est mis sur la fourniture d'outils et de méthodes essentiels pour les stratèges et les organisateurs. Cette dimension englobe l'enseignement théorique de l'entrepreneuriat, organisé à travers des cours, des travaux dirigés et des études personnelles. Son objectif est de permettre aux étudiants de maîtriser les concepts, les modèles et les outils de gestion et de management pertinents pour la création et le développement de petites et moyennes entreprises (PME).

1.2.4.3 La dimension technique

Pour enseigner une technique, l'apprenant suit généralement une présentation analytique, étape par étape, à travers un processus linéaire qu'il doit être en mesure de reproduire. Plusieurs auteurs, tels que Schmitt (2005), Fayolle (2004), et Hernandez (1999), ont illustré l'entrepreneuriat comme un processus. Cela conduit à une orientation des programmes de formation et de recherche vers le développement de projets, introduisant ainsi la notion de processus (Schmitt, 2005).

Comme l'ont souligné Fayolle et ses collaborateurs (2007), l'entrepreneuriat est un concept polysémique, pouvant renvoyer tantôt à des compétences techniques, puisque l'entrepreneur met en œuvre des techniques liées à la planification, à l'organisation, à la direction, à la coordination et au contrôle dans tous les domaines fonctionnels clés de la petite entreprise, tels que la commercialisation, le financement, la production, et le personnel (Bayad et al., 2006). Shook, Priem et McGee (2003) suggèrent qu'il est nécessaire de distinguer les compétences

entrepreneuriales requises à chaque étape du processus entrepreneurial. En effet, une des limites dans le développement de la recherche sur l'enseignement de l'entrepreneuriat réside dans la connaissance limitée du processus d'apprentissage des entrepreneurs (Aouni et Surlemont, 2007). Cependant, l'enseignement de l'entrepreneuriat ne se limite pas à la dimension technique ; il englobe de nombreux aspects et dimensions.

1.2.4.4 La dimension cognitive

Selon ces auteurs, « l'enseignement a un rôle à jouer pour enrichir cette cognition de l'enseignement de l'entrepreneuriat, selon des protocoles favorisant le travail de tout ou partie de cette cognition. Ainsi, la mise en situation privilégie la réflexivité, la distribution de concepts, la vue conceptuelle donc la pensée stratégique, enfin un travail plus original est à mobiliser pour fournir à l'étudiant des opportunités de développer sa créativité, ses aptitudes en termes de communication, etc.... ».

Dans leur article, Saporta et Verstraete (2000) se concentrent sur le rôle potentiel des composantes en sciences de gestion des universités françaises dans la promotion d'une culture entrepreneuriale. En examinant de manière générale la question de l'enseignement de l'entrepreneuriat, les auteurs concluent en abordant les aspects cognitifs d'une formation à l'entrepreneuriat ainsi que les défis associés

Conclusion

L'élargissement des programmes de formation en entrepreneuriat à l'université revêt une importance capitale pour préparer efficacement les futurs entrepreneurs à réussir dans un environnement professionnel en constante évolution. En offrant une combinaison équilibrée de connaissances théoriques et pratiques, ces programmes permettent aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour créer et gérer avec succès une entreprise. De plus, cette expansion favorise la diversité et l'inclusion en offrant des opportunités éducatives à un large éventail d'étudiants, ce qui enrichit le tissu entrepreneurial en apportant des perspectives uniques et des idées novatrices. En conclusion, l'expansion des programmes de formation en entrepreneuriat à l'université constitue un investissement essentiel dans l'avenir économique et social, en formant une génération d'entrepreneurs prêts à relever les défis et à saisir les opportunités de demain.

CHAPITRE 2

CHAPITRE 2 : LES DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE

Les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale sont nombreux et diversifiés, pouvant être regroupés en différentes catégories telles que les facteurs personnels, sociaux, contextuels et environnementaux. Au niveau personnel, on retrouve la personnalité individuelle, les compétences, les connaissances, les expériences et la motivation de l'entrepreneur en devenir. La conviction personnelle joue un rôle majeur dans cette intention, étant considérée comme une forme d'auto-efficacité (Amine, Nadjat , **Ghalia, 2018; Moctar.**) .Les attitudes envers l'entrepreneuriat et les normes sociales subjectives sont également des éléments clés qui influencent cette intention, notamment chez les étudiants. (Amine, Nadja, Ghalia, 2018)

Sur le plan social, les normes sociales, les valeurs culturelles, les modèles d'entrepreneurs et les motivations individuelles jouent un rôle important. Les normes subjectives, qui englobent les motivations et les modèles d'entrepreneurs, ainsi que les attitudes, telles que l'idée et la recherche d'informations, exercent une influence significative sur l'intention entrepreneuriale.(Amine, Nadja, Ghalia, 2018)

Les facteurs contextuels incluent les opportunités d'affaires, la disponibilité des ressources, le soutien communautaire et les politiques gouvernementales. Les perceptions du contrôle, comprenant la formation, les expériences professionnelles et associatives, ainsi que la disponibilité des ressources, jouent un rôle dans la détermination de cette intention.(Amine, Nadja, Ghalia, 2018)

Quant aux facteurs liés à l'environnement, ils englobent les aspects macroéconomiques, technologiques, politiques et sociaux. L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit entrepreneurial des élèves ingénieurs dans une école française sont également influencés par ces facteurs environnementaux. (Daoudi and Permanan,)

En résumé, les déterminants de l'intention entrepreneuriale sont complexes et multidimensionnels, résultant de l'interaction entre des facteurs personnels, sociaux, contextuels et environnementaux. Une meilleure compréhension de ces déterminants peut contribuer à promouvoir l'entrepreneuriat et à soutenir les entrepreneurs dans leur parcours.

(Achibane and Andaloussi, 2019)

1.3 Le modèle de Shapero et sokol

Le modèle de Shapero et Sokol (1982) est une théorie centrale dans la compréhension de l'intention entrepreneuriale. Selon cette théorie, l'intention entrepreneuriale est déterminée par la perception de la désirabilité et de la faisabilité du comportement envisagé, ainsi que par la propension à agir de l'individu (Shapero et Sokol, 1982). La perception de la désirabilité du comportement envisagé se réfère à la valeur personnelle et sociale que l'individu attribue à l'entrepreneuriat, tandis que la perception de la faisabilité du comportement envisagé se réfère à la croyance de l'individu en sa capacité à entreprendre avec succès (Shapero et Sokol, 1982). La propension à agir, quant à elle, représente la volonté de l'individu d'agir en fonction de ses intentions (Shapero et Sokol, 1982).

Ce modèle a été largement utilisé dans la recherche sur l'entrepreneuriat et a été repris et développé par d'autres chercheurs tels que Krueger et Carsrud (1993), Krueger et Brazeal (1994), et Krueger, Reilly et Carsrud (2000) (Krueger, 1993; Krueger et Carsrud, 1993; Krueger et Brazeal, 1994; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). Les études ont montré que ces facteurs sont des déterminants importants de l'intention entrepreneuriale (Krueger et Brazeal, 1994 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). Le modèle de Shapero et Sokol a également été utilisé pour expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants et des entrepreneurs en herbe (Krueger et Brazeal, 1994 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000).

Le modèle de Shapero et Sokol a été utilisé pour expliquer l'intention entrepreneuriale dans différents contextes et populations, tels que les étudiants, les entrepreneurs en herbe et les entrepreneurs expérimentés (Krueger et Brazeal, 1994 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). Les études ont montré que les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale varient selon les contextes et les populations (Kolveried, 1996; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000). Par exemple, Renfrow et Watson (2003), Krueger, Reilly et Carsrud (2000), Boissin, Chollet et Emin (2005), Krueger et al. (2000), et Audet (2001) ont montré que les effets de l'attitude, de la norme sociale perçue et du contrôle perçu varient selon les filières et les contextes.

En conclusion, le modèle de Shapero et Sokol est un cadre théorique important pour comprendre les déterminants de l'intention entrepreneuriale. Les études ont montré que les facteurs

déterminants de l'intention entrepreneuriale varient selon les contextes et les populations, et que les modélisations linéaires ne permettent pas de prendre en compte les interactions entre les variables. Les modélisations doivent donc être adaptées aux spécificités des contextes, populations et situations.

1.3.1 Facteurs clés

1.3.1.1 Perception de la désirabilité

La perception de la désirabilité, selon la perspective de Shapero et Sokol, revêt une importance capitale dans le processus de formation de l'intention entrepreneuriale. Elle se réfère à l'évaluation de l'attrait ou de l'intérêt associé à une action entrepreneuriale envisagée. Cette perception est intrinsèquement liée à la manière dont un individu perçoit l'activité entrepreneuriale comme étant attirante, gratifiante ou porteuse de sens. Elle est étroitement intriquée avec la perception de la faisabilité, formant ainsi les deux premières variables clés du modèle proposé par Shapero et Sokol.

Dans cette optique, la perception de la désirabilité exerce une influence décisive sur la prise de décision quant à l'engagement dans l'entrepreneuriat. En d'autres termes, si une personne perçoit une activité entrepreneuriale comme étant hautement désirable, elle sera davantage encline à envisager sérieusement de se lancer dans cette voie. Cependant, cette perception de la désirabilité n'est pas une entité isolée ; elle est influencée par une multitude de facteurs contextuels et individuels.

Parmi ces facteurs, la culture joue un rôle essentiel. Les normes culturelles, les valeurs et les croyances propres à une société donnée peuvent façonner la manière dont l'entrepreneuriat est perçu. Par exemple, dans certaines cultures, l'entrepreneuriat peut être valorisé et encouragé, tandis que dans d'autres, il peut être associé à des risques sociaux ou économiques perçus.

De même, le rôle de la famille est crucial. Les attentes familiales, les modèles parentaux et le soutien familial peuvent influencer la perception qu'un individu a de l'entrepreneuriat. Si la famille encourage l'innovation, le risque et l'indépendance, cela peut renforcer la perception de la désirabilité de l'entrepreneuriat chez un individu.

Les pairs et les réseaux sociaux constituent également des influences significatives. Les interactions avec des pairs qui valorisent l'entrepreneuriat, les mentors et les réseaux

professionnels peuvent contribuer à façonner la perception de la désirabilité de cette voie professionnelle.

De plus, les contextes professionnels et scolaires dans lesquels évolue un individu peuvent jouer un rôle déterminant. Par exemple, l'exposition à des programmes éducatifs ou à des environnements de travail favorables à l'entrepreneuriat peut renforcer la perception de la désirabilité de cette carrière.

Il convient également de souligner l'interaction étroite entre la perception de la désirabilité et celle de la faisabilité. En effet, la perception de ce qui est réalisable ou faisable influence directement la perception de ce qui est désirable. Si une activité entrepreneuriale est perçue comme réalisable, elle peut sembler d'autant plus attrayante.

En résumé, la formation de l'intention entrepreneuriale dépend de manière cruciale de la perception conjointe de la désirabilité et de la faisabilité. Cette perception est façonnée par une gamme complexe de facteurs individuels, sociaux et contextuels, et elle est intimement liée à la manière dont l'entrepreneuriat est perçu dans un cadre culturel donné.

1.3.1.2 La perception de la faisabilité

C'est un concept clé dans la formation de l'intention entrepreneuriale. Elle repose sur le sentiment d'efficacité personnelle et l'auto-évaluation de sa capacité à créer une entreprise. La perception de la faisabilité est influencée par divers facteurs tels que l'expérience antérieure, la formation et les compétences, ainsi que le réseau de soutien. Elle interagit avec la perception de la désirabilité pour déterminer l'intention entrepreneuriale. Dans certaines études, la désirabilité a un effet plus important que la faisabilité perçue dans l'explication de l'intention entrepreneuriale. La perception de la faisabilité est également liée à la sensibilisation et la formation en entrepreneuriat, qui doivent non seulement délivrer les compétences techniques en matière d'entrepreneuriat, mais aussi favoriser une image attractive de l'entrepreneuriat.

Dans le contexte de la recherche sur les jeunes diplômés, la désirabilité perçue a un effet plus important que la faisabilité perçue dans l'explication de l'intention entrepreneuriale. Cette conclusion est conforme aux conclusions d'études menées sur des populations étudiantes canadienne et française, mais non conforme aux résultats obtenus aux États-Unis, en Scandinavie et en Russie. La sensibilisation et la formation en entrepreneuriat doivent donc non

seulement délivrer les compétences techniques en matière d'entrepreneuriat, mais aussi favoriser l'image de l'entrepreneuriat comme un acte attractif.

La perception de la faisabilité est également liée à la perception de ses compétences entrepreneuriales et à l'intention d'entreprendre. Elle repose sur le sentiment d'efficacité personnelle et l'auto-évaluation de sa capacité à créer une entreprise. Un programme d'enseignement en entrepreneuriat peut changer positivement la perception de la faisabilité et la perception des normes sociales sur les comportements entrepreneuriaux.

1.3.1.3 La propension

C'est un terme qui fait référence à une inclination, une tendance naturelle ou un penchant pour faire quelque chose. Elle peut être décrite comme une disposition ou une orientation active à questionner un paradigme existant. Dans le contexte de la recherche en entrepreneuriat, la propension à entreprendre est l'inclination d'une personne à créer une entreprise.

La propension est également utilisée dans d'autres domaines. Par exemple, dans le domaine statistique, le score de propension est une méthode utilisée pour réduire les effets de confusion dans les études observationnelles. Il s'agit d'une estimation de la probabilité de l'affectation d'un traitement ou d'un groupe de contrôle en fonction des covariables Observées.

Cette méthode permet de comparer les groupes traités et les groupes de contrôle en termes de propension à recevoir un traitement, plutôt qu'en termes de résultats observés.

Dans le domaine de l'économie, la propension à consommer est la proportion de revenu qui est dépensée en biens et services. Elle est souvent utilisée pour analyser les effets des politiques économiques sur la consommation et la croissance économique.

En résumé, la propension est un terme qui décrit une inclination, une tendance ou une orientation à faire quelque chose. Elle est utilisée dans divers domaines, tels que la recherche en entrepreneuriat, la statistique et l'économie, pour décrire des concepts tels que la propension à entreprendre, le score de propension et la propension à consommer.

1.3.1.4 Développements

Le modèle de Shapero et Sokol, développé en 1982, est un cadre théorique important pour comprendre les intentions entrepreneuriales. Ce modèle met en avant trois éléments clés : la

désirabilité, la faisabilité et la propension à agir. Au fil du temps, des recherches ont enrichi et développé ce modèle en mettant en lumière plusieurs aspects :

Variables Affectant les Intentions Entrepreneuriales : Shapero et Sokol ont expliqué que la désirabilité, la faisabilité et la propension à agir sont des variables clés influençant les intentions entrepreneuriales.

Évolution des Modèles : Des études ultérieures ont mis en avant l'importance de la perception de la faisabilité et de la désirabilité dans la formation des intentions entrepreneuriales. Ces modèles ont évolué pour intégrer des éléments tels que la perception des normes sociales, l'autoefficacité et le contrôle comportemental.

Développement de Modèles Compréhensifs : Des chercheurs ont cherché à développer des modèles plus complets de formation des intentions entrepreneuriales en s'appuyant sur le modèle de Shapero et Sokol. Ces modèles incluent des éléments tels que la perception des opportunités, le soutien social et les croyances en soi.

En résumé, le modèle de Shapero et Sokol a été enrichi au fil du temps par des recherches qui ont mis en lumière l'importance de la désirabilité, de la faisabilité et de la propension à agir dans la formation des intentions entrepreneuriales. Ces développements ont permis d'approfondir la compréhension des motivations et des processus décisionnels des individus en matière d'entrepreneuriat.

1.3.2 Les variations contextuelles

Dans le cadre de Shapero et Sokol se réfèrent aux différentes formes qu'une même unité peut prendre en fonction du contexte dans lequel elle se trouve. Dans le modèle de Shapero et Sokol, ces variations contextuelles sont essentielles pour comprendre les intentions entrepreneuriales, car elles influencent la désirabilité, la faisabilité et la propension à agir des individus en matière d'entrepreneuriat. Par exemple, en analysant les déplacements et les événements contextuels qui influencent les individus, Shapero et Sokol mettent en lumière comment des facteurs externes peuvent précipiter la décision entrepreneuriale en modifiant la trajectoire de vie des entrepreneurs potentiels. Ainsi, les variations contextuelles dans le modèle de Shapero et Sokol soulignent l'importance des influences environnementales et des événements contextuels dans la formation des intentions entrepreneuriales.

Après une analyse minutieuse des sources disponibles concernant le modèle de Shapero et Sokol, il devient évident que ce cadre théorique revêt une importance capitale pour saisir les intrications des intentions entrepreneuriales. En intégrant des concepts tels que la désirabilité, la faisabilité, la propension à agir et les variations contextuelles, le modèle de Shapero et Sokol offre une perspective nuancée sur les motivations et les processus décisionnels des individus en matière d'entrepreneuriat. L'examen approfondi de ces concepts révèle que la désirabilité de l'entrepreneuriat est souvent façonnée par des facteurs personnels et sociaux, englobant les aspirations individuelles ainsi que les normes culturelles et sociales. De même, la perception de la faisabilité repose sur l'évaluation réaliste des ressources disponibles, des compétences personnelles et des opportunités du marché, ce qui influence directement la volonté d'un individu à se lancer dans l'entrepreneuriat.

Cependant, la propension à agir joue un rôle crucial, car elle détermine la capacité d'un individu à passer de la simple intention à des actions concrètes. Cette volonté d'agir est souvent influencée par des facteurs tels que la confiance en soi, la motivation intrinsèque et la tolérance au risque. De plus, il est essentiel de prendre en compte les variations contextuelles qui peuvent moduler ces dynamiques. Les recherches soulignent l'importance de l'environnement social, économique et culturel dans la formation des intentions entrepreneuriales. Les influences extérieures telles que le soutien social, les opportunités économiques et les politiques gouvernementales peuvent jouer un rôle déterminant dans le processus décisionnel entrepreneurial. En conclusion, le modèle de Shapero et Sokol offre une perspective holistique sur les motivations et les processus décisionnels qui sous-tendent l'intention entrepreneuriale. En mettant en lumière l'importance des perceptions individuelles et des influences externes, ce modèle constitue un outil précieux pour comprendre la complexité de l'entrepreneuriat et orienter les recherches futures dans ce domaine.

1.4 Le Modèle d'Ajzen (1991)

Le Modèle de la Théorie du Comportement Raisonné (Ajzen, 1991) étend la Théorie du Comportement Raisonné pour aborder les comportements sur lesquels les individus ont un contrôle partiel. Ajzen introduit une troisième variable, le contrôle perçu du comportement, influençant l'intention de comportement. Cette variable englobe les ressources, capacités et opportunités, similaire à l'auto-efficacité de Bandura. Le modèle souligne que les décisions

précédant un comportement résultent de processus cognitifs et émotionnels, tenant compte des normes subjectives et du contrôle perçu du comportement. Adopté largement par les chercheurs, ce modèle intègre des variables reconnaissant les limites de la liberté individuelle dans les processus décisionnels. En somme, le Modèle de la Théorie du Comportement d'Ajzen offre un cadre saisissant l'influence du contrôle perçu sur les intentions et comportements, éclairant les processus décisionnels et comportementaux.

1.4.1 Fondements de la Théorie du Comportement planifié

La Théorie du Comportement planifié (TCP) constitue un cadre essentiel pour appréhender et anticiper les actions humaines, en se basant sur les intentions normatives subjectives et comportementales. Elle a été appliquée dans divers domaines tels que la promotion de la santé, l'étude du comportement des consommateurs et la psychologie sociale. Malgré sa capacité prédictive avérée, la TCP fait face à des défis liés aux disparités culturelles et à l'écart parfois observé entre les attitudes et les comportements. Selon la TCP, les individus prennent des décisions de manière rationnelle en se basant sur leurs intentions d'adopter un comportement spécifique. Ces intentions sont influencées par deux facteurs clés : les attitudes envers le comportement et les normes subjectives.

1.4.1.1 Les Attitudes

Les attitudes, selon la Théorie de l'Action Planifié, sont des évaluations positives ou négatives qu'un individu a envers un comportement spécifique. Elles sont basées sur la perception des conséquences de ce comportement et sur l'importance que l'individu accorde à ces conséquences. En d'autres termes, une attitude représente la manière dont une personne juge un comportement, en le considérant favorable ou défavorable. Ces attitudes sont influencées par les croyances de l'individu sur les résultats attendus de ce comportement et par l'évaluation de ces résultats. Ainsi, les attitudes jouent un rôle crucial dans la formation des intentions comportementales et, par conséquent, dans la prédiction des comportements des individus

1.4.1.2 Normes Subjectives

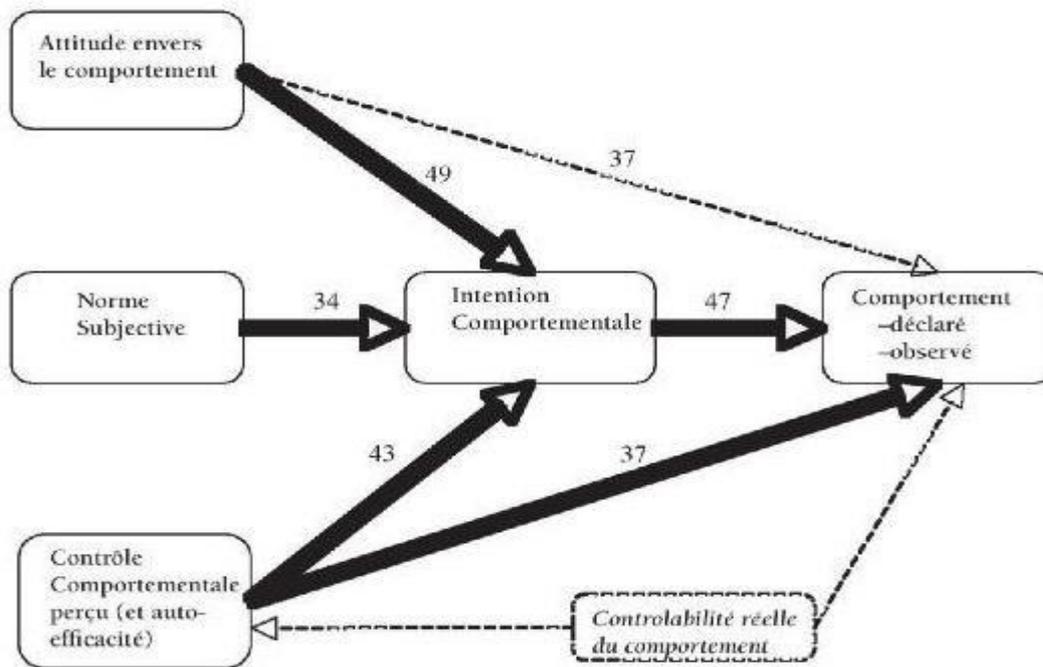
Les normes subjectives, dans le contexte de la Théorie de l'Action planifié représentent les croyances selon lesquelles des personnes ou groupes de personnes significatives pour l'individu ont des attentes vis-à-vis d'un comportement donné. Elles incarnent les croyances qu'un

individu entretient face à des personnes ou des groupes de personnes significatives, à ses yeux. Plus précisément, l'individu croit que ces personnes nourrissent à son endroit des attentes vis-à-vis d'un comportement donné. Les normes subjectives jouent un rôle crucial dans la formation des intentions comportementales et, par conséquent, dans la prédiction des comportements des individus. Elles peuvent être mesurées directement, par une question générale, ou indirectement, par des sources ponctuelles. Cependant, la démonstration de la convergence des mesures directe et indirecte des normes subjectives peut être peu convaincante. Les normes subjectives sont un déterminant important de l'intention, aux côtés de l'attitude envers le comportement.

1.4.1.3 Le processus de formation des comportements

Il implique la compréhension de la science du comportement humain, l'application de techniques d'observation et d'expérimentation, et l'amélioration des comportements liés à la gestion des connaissances. La théorie de l'action raisonnée (TRA) suggère que le comportement d'un individu est déterminé par son intention de le réaliser, qui est influencée par son attitude à l'égard de ce comportement et sa perception des normes sociales. La théorie du comportement planifié (TCP) approfondit la TRA en incluant le concept de contrôle perçu du comportement, qui suggère que la capacité perçue d'un individu à réaliser un comportement influence également son intention de le réaliser. La théorie des systèmes dynamiques et l'analyse du comportement est un cadre théorique qui peut être utilisé pour comprendre les systèmes comportementaux complexes, en prenant en compte les boucles de rétroaction, les retards et les relations non linéaires. La théorie de l'engagement et du changement de comportement suggère que l'engagement d'un individu dans un comportement peut être influencé par une variété de facteurs, y compris ses croyances, ses attitudes et les normes sociales. Le processus de formation des comportements est souvent lié à la stratégie globale de l'organisation, avec l'objectif d'apporter une valeur ajoutée et d'améliorer les comportements liés à la gestion des connaissances.

Figure 2 : Le processus de formation des comportements



Sources : <https://books.openedition.org/pur/60722>

1.4.2 Applications de la Théorie du Comportement Planifié

La Théorie du Comportement Planifié (TCP) est largement utilisée dans divers domaines pour prédire et comprendre le comportement humain. Voici quelques applications plus détaillées de la TCP :

>**Santé** : La TCP est souvent utilisée dans le domaine de la santé pour prédire les comportements liés à la santé tels que l'adoption de régimes alimentaires sains, l'exercice physique régulier, le dépistage des maladies, ou la prise de médicaments. En comprenant les attitudes et les normes sociales des individus, les praticiens de la santé peuvent concevoir des interventions efficaces pour promouvoir des comportements sains.

>**Entrepreneuriat** : Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la TCP peut être appliquée pour comprendre les intentions des individus à créer une entreprise, à prendre des risques, ou à innover. En identifiant les facteurs qui influencent ces intentions, les décideurs peuvent concevoir des politiques et des programmes pour encourager l'entrepreneuriat et la création d'entreprises.

>**Innovation** : La TCP peut également être utilisée pour prédire les comportements liés à l'adoption de nouvelles technologies ou d'innovations. En comprenant les attitudes des individus

envers l'innovation et en prenant en compte les normes sociales, les entreprises peuvent mieux anticiper la réceptivité du marché à de nouveaux produits ou services.

>Soins de santé : Dans le domaine des soins de santé, la TCP est utile pour prédire les comportements des patients, tels que l'adhésion aux traitements médicaux, la gestion des maladies chroniques, ou la participation à des programmes de prévention. En comprenant les motivations et les croyances des patients, les professionnels de la santé peuvent personnaliser les interventions pour améliorer les résultats de santé.

En résumé, la Théorie du Comportement Planifiée est une approche puissante pour prédire et influencer une variété de comportements humains dans des domaines tels que la santé, l'entrepreneuriat, l'innovation, et les soins de santé. En comprenant les attitudes, les normes sociales, et le contrôle perçu des individus, les praticiens peuvent concevoir des interventions ciblées et efficaces pour promouvoir des comportements souhaités.

1.4.3 Limitations

Les limitations du modèle d'Ajzen, notamment la Théorie du Comportement Planifié (TCP), peuvent être détaillées comme suit en se basant sur les sources fournies :

>Limitation de la prise en compte des variables limitant la liberté individuelle : La Théorie de l'Action Raisonnée (TAR) ne tient pas compte du rôle des variables qui limitent la liberté individuelle dans la prise de décision. Cette lacune a conduit au développement de la TCP, qui intègre la perception du contrôle sur le comportement comme une variable influençant l'intention de réaliser un comportement.

>Absence de considération des facteurs socio-démographiques : La TCP ne prend pas en compte des facteurs socio-démographiques tels que l'âge et le genre des utilisateurs, qui peuvent jouer un rôle important en tant que variables modératrices dans l'étude du comportement des individus vis-à-vis des systèmes d'information.

> Mesures perceptuelles et items déclaratifs biaisés : Les mesures perceptuelles et les items déclaratifs utilisés dans la TCP peuvent être biaisés, ce qui peut limiter la validité des résultats obtenus. Malgré l'utilisation de mesures validées, il reste des risques de biais qui peuvent affecter la fiabilité des conclusions tirées.

>Limitation dans la prise en compte des facteurs déterminants de l'adoption des systèmes d'information : La TCP mesure principalement l'adoption initiale des systèmes d'information, mais ne tient pas compte de tous les facteurs déterminants de l'adoption qui peuvent émerger au fil du temps. Cela peut limiter la capacité du modèle à prédire de manière exhaustive les comportements d'adoption des systèmes d'information.

En résumé, les limitations du modèle d'Ajzen, en particulier de la Théorie du Comportement Planifié, résident dans le manque de prise en compte des variables limitant la liberté individuelle, l'absence de considération des facteurs socio-démographiques, les risques de biais liés aux mesures perceptuelles et déclaratives, ainsi que la limitation dans la prise en compte de tous les facteurs déterminants de l'adoption des systèmes d'information.

Malgré ces limites, le modèle de l'Action Raisonnée continue d'être un outil précieux pour comprendre et prédire une variété de comportements humains, et il reste un sujet d'intérêt pour les chercheurs et les praticiens cherchant à influencer le comportement dans divers contextes.

1.5 Les autres déterminants de l'intention entrepreneuriale

L'environnement familial, l'entourage et les niches jouent des rôles essentiels dans le développement personnel, les aspirations et les opportunités entrepreneuriales. L'environnement familial, en tant que contexte de croissance, modèle les valeurs, les attitudes et les compétences d'une personne, pouvant ainsi influencer ses aspirations entrepreneuriales. L'entourage, composé de la famille, des amis et des mentors, est crucial en fournissant un soutien, des conseils et des modèles de succès qui peuvent inspirer et encourager l'engagement dans l'entrepreneuriat. Enfin, les niches, représentant des segments de marché spécifiques et spécialisés, offrent des opportunités commerciales uniques, incitant les entrepreneurs à explorer des créneaux rentables et à se distinguer dans des domaines particuliers. Ainsi, l'interaction entre l'environnement familial, l'entourage et l'identification de niches commerciales peut exercer une influence significative sur l'intention entrepreneuriale et le succès des initiatives entrepreneuriales.

1.5.1 L'entourage et l'environnement familial

L'influence de l'environnement familial sur la personnalité et le développement des enfants a été soumise à de nombreuses études. Ce cadre englobe les valeurs, l'éducation, les pratiques et

les habitudes familiales, tous contribuant à façonner le développement des enfants. En effet, le type d'environnement familial dans lequel un enfant évolue peut exercer un impact considérable sur sa personnalité et son évolution.

Un environnement familial empreint d'amour et de soutien tend à favoriser l'épanouissement de traits de caractère positifs chez les enfants, tels que l'empathie, la bienveillance et la confiance en soi. À l'inverse, un environnement familial marqué par des conflits ou des comportements abusifs peut engendrer des traits de personnalité négatifs, comme l'agressivité, l'anxiété et une estime de soi défailante.

En outre, l'environnement familial exerce également une influence sur le développement cognitif des enfants. Une étude menée par Jonathan Bernard et ses collègues a démontré que le contexte familial et l'exposition environnementale ont un impact plus significatif sur le développement cognitif des enfants que le temps passé devant des écrans. Cette étude longitudinale, portant sur 18 000 enfants nés en 2011, a évalué leur développement cognitif à différents stades de leur enfance et a conclu que, une fois pris en compte l'ensemble des facteurs familiaux tels que la profession des parents, leur niveau d'éducation et leur âge, l'effet direct du temps d'écran sur le développement cognitif devient nettement plus modeste. Cela suggère que l'impact du temps d'écran sur le développement cognitif est modulé par d'autres aspects de l'environnement familial.

En conclusion, l'environnement familial joue un rôle crucial dans la formation de la personnalité et le développement global des enfants. Un environnement familial chaleureux et soutenant favorise l'épanouissement de traits de caractère positifs et stimule le développement cognitif, tandis qu'un environnement familial conflictuel ou toxique peut entraîner des conséquences néfastes. L'impact de l'environnement familial sur le développement des enfants est complexe et multifactoriel, influencé par des variables telles que la profession des parents, leur niveau d'éducation et d'autres caractéristiques familiales.

1.5.2 Les opportunités d'affaires

Les opportunités d'affaires peuvent jouer un rôle déterminant dans l'intention entrepreneuriale. Les opportunités d'affaires, en tant que facteur externe, exercent un effet positif sur l'intention entrepreneuriale. Toutefois, une autre étude référencée ne mentionne pas directement les opportunités d'affaires en tant que déterminant de cette intention. Cependant, elle souligne que

la faisabilité perçue, potentiellement influencée par les opportunités d'affaires, constitue un déterminant important de l'intention entrepreneuriale. La littérature portant sur l'intention entrepreneuriale met en lumière plusieurs déterminants, tels que les attitudes liées au comportement, les normes sociales, les perceptions du contrôle comportemental, la faisabilité perçue, l'auto-efficacité perçue et les compétences en création d'entreprise. Les opportunités d'affaires peuvent influencer certaines de ces variables, notamment la faisabilité perçue et l'auto-efficacité perçue, qui à leur tour impactent l'intention entrepreneuriale.

Dans l'ensemble, les opportunités d'affaires peuvent constituer un déterminant indirect de l'intention entrepreneuriale, en influençant des variables telles que la faisabilité perçue et l'auto-efficacité perçue. Cependant, d'autres facteurs, tels que les attitudes associées au comportement, les normes sociales et les perceptions du contrôle comportemental, peuvent également jouer un rôle important dans la détermination de l'intention entrepreneuriale.

1.5.3 Les niches

1.5.3.1 Définitions

Dans le domaine entrepreneurial, les niches désignent des segments de marché spécifiques et spécialisés, caractérisés par des besoins ou des préférences uniques. Ces niches représentent des opportunités commerciales distinctes et potentiellement lucratives pour les entrepreneurs. En se focalisant sur ces segments précis, les entrepreneurs peuvent se différencier de leurs concurrents, répondre de manière plus précise aux attentes des clients et exploiter des créneaux souvent moins concurrentiels.

Les niches se distinguent par leur taille réduite mais leur forte spécificité, permettant aux entreprises de se positionner de manière distinctive et de développer des offres adaptées à des publics particuliers. En identifiant et en exploitant efficacement ces niches, les entrepreneurs peuvent créer de la valeur, fidéliser une clientèle spécifique et générer des revenus de manière plus ciblée et rentable.

1.5.3.2 Les niches et l'entrepreneuriat

Les niches peuvent être considérées comme un facteur déterminant de l'intention entrepreneuriale, car elles représentent des opportunités d'affaires spécifiques et potentiellement rentables pour les entrepreneurs. Définies comme des segments de marché spécifiques

caractérisés par des besoins ou des préférences uniques, les niches offrent aux entrepreneurs la possibilité de créer de la valeur et de se démarquer de la concurrence.

Bien que les sources fournies ne fassent pas directement référence à l'impact des niches sur l'intention entrepreneuriale, certaines soulignent l'importance de l'identification et de l'exploitation des opportunités d'affaires pour la réussite entrepreneuriale. Par exemple, l'étude de Maâlej sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés met en avant l'importance de la perception de la faisabilité de l'entreprise, qui peut être influencée par la perception des opportunités d'affaires disponibles. De même, l'étude de Loué sur l'enseignement de l'entrepreneuriat au Cameroun met en lumière l'importance de présenter les éléments de la création d'entreprise comme une alternative de carrière attrayante pour les étudiants.

En outre, certaines sources évoquent l'importance de l'autonomie et de la motivation entrepreneuriale pour la réussite entrepreneuriale. Par exemple, l'étude de Loué souligne l'importance de l'autonomie en tant que facteur déterminant de la motivation entrepreneuriale. De même, l'étude de Boissin et al. Sur l'intention entrepreneuriale des étudiants français met en avant l'importance de la perception de la faisabilité de l'entreprise, influencée par la perception des opportunités d'affaires disponibles.

En résumé, les niches peuvent être considérées comme un élément influent sur l'intention entrepreneuriale, car elles représentent des opportunités d'affaires spécifiques et potentiellement lucratives pour les entrepreneurs. L'identification et l'exploitation de ces opportunités peuvent influencer la perception de la faisabilité de l'entreprise, la motivation entrepreneuriale et, en fin de compte, l'intention entrepreneuriale.

Conclusion

En conclusion, l'étude des modèles de l'intention entrepreneuriale, tels que ceux développés par Shapero et Sokol ainsi qu'Ajzen, offre un cadre précieux pour comprendre les processus psychologiques et comportementaux qui sous-tendent la décision de devenir entrepreneur. Ces modèles mettent en lumière l'importance des facteurs personnels, contextuels et sociaux dans la formation de l'intention entrepreneuriale, tout en soulignant l'influence des perceptions individuelles et des attitudes envers l'entrepreneuriat.

Le modèle de Shapero et Sokol met en avant le rôle des événements déclencheurs et des compétences perçues dans le processus de décision entrepreneuriale, soulignant l'importance de la perception des opportunités et de la confiance en soi dans la création d'une intention entrepreneuriale. De son côté, le modèle d'Ajzen, basé sur la théorie du comportement planifié, met en évidence l'importance des attitudes, des normes subjectives et du contrôle comportemental dans la formation de l'intention entrepreneuriale.

En intégrant ces différentes perspectives, les chercheurs et les praticiens peuvent mieux comprendre les déterminants de l'intention entrepreneuriale et concevoir des interventions visant à promouvoir l'entrepreneuriat. En fin de compte, l'étude des modèles de l'intention entrepreneuriale constitue une étape importante dans le développement de politiques et de programmes visant à stimuler l'activité entrepreneuriale et à favoriser la création d'entreprises innovantes et prospères.

CHAPITE 3

CHAPITRE 3 : L'ANALYSE DE L'INFLUENCE DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : ETUDE DESCRIPTIVE

Ce chapitre a pour objet de tenter d'apporter les éléments de réponse à la problématique. Il est crucial de souligner que notre étude vise à approfondir la compréhension des facteurs déterminant l'intention entrepreneuriale des étudiants. Nous cherchons à identifier et analyser les éléments clés qui influencent leur motivation à entreprendre, dans le contexte spécifique de l'Université de Bejaia. Pour y parvenir, nous avons réalisé une enquête de terrain à l'aide d'un questionnaire administré à un échantillon d'étudiants inscrits à l'Université de Bejaia, dans les spécialités suivantes : sciences économiques, de gestion et de commerce (SECG), sciences humaines et sociales, et droit. Les données collectées ont été analysées statistiquement et modélisées à l'aide du logiciel SPSS.

Avant de présenter les résultats de cette analyse, nous devons d'abord exposer les éléments méthodologiques caractérisant notre démarche de recherche. Ensuite, nous détaillerons notre enquête et notre approche méthodologique. La deuxième section sera consacrée à une analyse descriptive des résultats obtenus.

1.Méthodologie de la recherche

Dans cette section, nous détaillerons notre démarche méthodologique ainsi que le processus d'échantillonnage. Nous expliquerons les choix méthodologiques effectués et la manière dont nous avons sélectionné et recueilli les données auprès des étudiants de l'Université de Bejaia.

1.1Choix de l'approche

Pour explorer l'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Bejaia, nous avons opté pour une méthode de recherche quantitative. Cette approche permet de recueillir des données quantifiables qui peuvent être analysées statistiquement, offrant ainsi des résultats plus objectifs et généralisables. La méthode quantitative est particulièrement adaptée pour étudier les relations entre des variables spécifiques, comme la formation universitaire et l'intention entrepreneuriale.

Nous avons choisi d'utiliser un questionnaire pour mener notre enquête sur l'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Bejaia pour plusieurs raisons

Efficacité et Rapidité : Le questionnaire permet de recueillir des données auprès d'un grand nombre d'étudiants en peu de temps. Cela est particulièrement utile pour obtenir un échantillon représentatif et suffisamment large pour des analyses statistiques fiables.

Standardisation des Données : Les questionnaires fournissent un format structuré où chaque répondant reçoit les mêmes questions dans le même ordre. Cela assure la cohérence des réponses et facilite la comparaison des données entre les différents participants.

Facilité d'Analyse : Les réponses aux questionnaires peuvent être facilement codées et analysées à l'aide de logiciels statistiques. Cela permet de traiter de grandes quantités de données de manière efficace et de réaliser des analyses quantitatives rigoureuses.

Accès et Anonymat : Les questionnaires peuvent être distribués facilement, par exemple, en version papier ou en ligne. Ils permettent également aux participants de répondre de manière anonyme, ce qui peut encourager des réponses plus honnêtes et réfléchies.

Flexibilité : Les questionnaires peuvent inclure une variété de types de questions, telles que des questions à choix multiples, des échelles de Likert, des questions ouvertes, etc. Cela permet de recueillir des données à la fois quantitatives et qualitatives, offrant ainsi une vue d'ensemble plus complète.

Rentabilité : Par rapport à d'autres méthodes de collecte de données, comme les entretiens individuels ou les groupes de discussion, les questionnaires sont souvent moins coûteux en termes de temps et de ressources financières.

Mesure des Perceptions et Attitudes : Le questionnaire est un outil efficace pour mesurer les perceptions, les attitudes et les intentions des individus. Dans le contexte de notre étude, il permet d'évaluer de manière directe et précise l'intention entrepreneuriale des étudiants et de la relier à leur formation universitaire.

1.2Analyse des Données

Les données recueillies via les questionnaires ont été saisies et analysées à l'aide de logiciels statistiques tels que SPSS. Les analyses incluent des statistiques descriptives pour résumer les

caractéristiques de l'échantillon ainsi que des tests statistiques pour examiner les relations entre la formation universitaire et l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Cette méthodologie rigoureuse nous permet de tirer des conclusions fiables sur l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Bejaia, offrant ainsi des perspectives importantes pour les décideurs éducatifs et les développeurs de programmes universitaires.

1.3L'échantillonnage

Nous avons utilisé un échantillonnage aléatoire simple pour garantir que chaque étudiant de l'Université de Bejaia ait une chance égale d'être inclus. Pour cette étude, les questionnaires ont été distribués aux étudiants de différentes facultés, notamment celles de sciences économiques, de gestion et de commerce, ainsi que des sciences humaines et du droit. pour plusieurs raisons :

- **Diversité des Formations :** Ces facultés offrent une variété de programmes éducatifs qui incluent des cours sur l'entrepreneuriat, la gestion et le développement des compétences entrepreneuriales. En incluant des étudiants de ces différentes facultés, nous pouvons mieux évaluer l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale de manière plus complète.
- **Représentation de Différentes Perspectives :** Les étudiants de sciences économiques, de gestion et de commerce ont souvent une formation plus directement liée à l'entrepreneuriat, tandis que ceux des sciences humaines et du droit peuvent apporter des perspectives différentes sur l'entrepreneuriat, enrichissant ainsi notre compréhension de la manière dont diverses disciplines influencent l'intention entrepreneuriale.
- **Comparaison Interdisciplinaire :** En incluant des étudiants de plusieurs disciplines, nous pouvons comparer les différences et les similitudes dans l'intention entrepreneuriale entre les étudiants ayant des parcours académiques variés. Cela permet de déterminer si certaines formations sont plus efficaces que d'autres pour encourager l'esprit entrepreneurial.
- **Pertinence pour le Sujet d'Étude :** Le thème de notre mémoire étant l'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale, il est essentiel de considérer un éventail de disciplines pour obtenir une vision globale et nuancée de cette influence. Les

facultés sélectionnées représentent des domaines d'études où l'entrepreneuriat peut être particulièrement pertinent.

- Généralisation des Résultats : En choisissant des étudiants de différentes facultés, nous assurons que nos résultats sont plus représentatifs de l'ensemble de la population étudiante de l'Université de Bejaia, ce qui permet de généraliser les conclusions de l'étude à une plus grande échelle. Nous avons distribué 200 questionnaires, 4 non récupérés et suite aux questions testes nous avons éliminé 19 questionnaires

Les questions testes sont les suivantes :

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

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

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

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

=> **4-** Faculté

22. Suivez-vous une formation en entrepreneuriat ?

Tableau 2: La taille de l'échantillon de l'enquête

	Nombre d'étudiants dans l'échenillage
Récupérés	196
Non récupérés	4
Distribués	200
Exploitable	177
Non exploitable	19
Total	200

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

Nous avons distribués 200 questionnaires , 196 questionnaires ont été récupérés, ce qui représente 98% du total. 4 questionnaires n'ont pas été récupérés, représentant ainsi 2% du total .Sur les 196 questionnaires récupérés, 177 ont été jugés exploitables, soit 90.3% des questionnaires récupérés. 19 questionnaires ont été jugés non exploitables, ce qui représente 9.7% des questionnaires récupérés.

2. Analyse du contenu du questionnaire

Dans cette section, nous présenterons les résultats de notre enquête. Nous examinerons les différents tableaux et fournirons notre interprétation et analyse des résultats obtenus.

2.1 Le sexe

Tableau 3 Votre sexe

Votre sexe	
masculin	féminin
Nombre	Nombre
78	99

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

Ce tableau présente la distribution des sexes dans un échantillon de population de 177 individus, il y a une majorité de femmes (55,93 %) par rapport aux hommes (44,07 %).

2.2 La faculté

Tableau 4 : votre faculté

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

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

Ce tableau présente une répartition des étudiants dans les différentes facultés, il montre une forte présence dans les facultés de Sciences humaines et sociales (48,02 %) et SECG (48,02 %), tandis que la faculté Langues étrangères semble ne pas avoir de participants dans cet échantillon. Cela peut refléter les intérêts et les choix académiques des étudiants interrogés

2.3L'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale

Tableau 5 : Votre sexe * Votre spécialité * Avez-vous l'intention d'entreprendre ?

Avez vous l'intention d'entreprendre?			re spéci											Tota	
			psy chol ogie du trav ail	Entrepre neuriat	MR H	EM B	Man age ment	S O T	GR H	Ortho phonie	Scienc es de l'infor matio n et comm unicati on	Comptabilit é et audit	Financ e compt abilité	Dr oit privé	Dr oit publ ic
Tout à fait d'accord	Votre sexe	mascul	0	0		7	0			0	7	0	14	7	3
		in													5
	fémini n	8	7		7	7			7	7	7	0	0	5	
Total			8	7		14	7		7	14	7	14	7	8	
Plutôt d'accord	Votre sexe	mascul	15					7			7				2
		in												9	
	femini n	14					0			0				1	
Total			29					7		7				4	
D'accord	Votre sexe	mascul			7	0		0	0			7		1	
		in											4		
	femini n			0	1	14	7			0			3		
Total				7	1	14	7		7		7		4		
Total	Votre sexe	Mascu lin	15	0	0	7	7	0	7	0	0	14	0	21	7
		femini n	14	8	7	0	7	2	0	14	14	7	7	0	9
	Total			29	8	7	7	14	2	7	14	14	21	7	21

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

Ce tableau représente une analyse croisée des réponses en fonction du sexe (Masculin, Féminin), spécialité (Psychologie du travail, Entrepreneuriat, MRH (Management des Ressources Humaines), EMB (Entrepreneurship and Management of Business), SOT (Science de l'Organisation du Travail), GRH (Gestion des Ressources Humaines), Orthophonie, Science de l'Information et Communication, Comptabilité et Audit, Finance, Comptabilité, Droit Privé, Droit Public.) et intention d'entreprendre (Tout à fait d'accord, Plutôt d'accord, D'accord.) Dans un échantillon les 99 femmes et 78 hommes. D'après l'échantillon de notre enquête on a constaté que les femmes semblent être plus inclinées à envisager l'entrepreneuriat que les hommes. D'après les résultats obtenus dans ce tableau nous remarquons que l'intention à entreprendre des étudiants des spécialités de domaine SEGC sont plus élevées par rapport aux autres spécialistes

Les femmes semblent plus enclines à considérer l'entrepreneuriat, possiblement influencées par des facteurs socio-culturels, tandis que les étudiants en SEGC montrent une intention élevée d'entreprendre, attribuable à leur formation, à une culture institutionnelle favorable et à des perspectives de carrière attrayantes

Tableau 6 : Votre sexe * Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * Choix entre salariat et entrepreneuriat

Choix entre salariat et entrepreneuriat			Avez-vous l'intention d'entreprendre			Total
			Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	
Être salarié à vie	Votre sexe	Féminin	7			7
	Total		7			7
Être salarié puis créateur	Votre sexe	Masculin	14	22	7	43
		Féminin	28	0	14	42
	Total		42	22	21	85
Se lancer dans la création	Votre sexe	Masculin	14			14
		Féminin	15			15
	Total		29			29
Faire un visa d'étude	Votre sexe	Masculin	7		0	7
		Féminin	0		14	14
	Total		7		14	21
Les deux à la fois si c'est possible	Votre sexe	Masculin		7	7	14
		Féminin		7	7	14
	Total			14	14	28
Je ne sais pas	Votre sexe	Féminin		7		7
	Total			7		7
Total	Votre sexe	Masculin	35	29	14	78
		Féminin	50	14	35	99

Total	85	43	49	177
-------	----	----	----	-----

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

Les données sont réparties en fonction de l'intention d'entreprendre et du choix entre le salariat et l'entrepreneuriat.

D'après le tableau nous observons que Les femmes représentent une part importante des répondants (99 femmes sur un total de 177) , Les hommes ont tendance à être plus enclins à envisager de passer de salarié à créateur (43 répondants) par rapport aux femmes (42 répondantes) , Les femmes ont une répartition plus diversifiée dans leurs intentions, avec un nombre significatif ayant l'intention de se lancer dans la création d'entreprise (15) ou de faire un visa d'étude (14) et Les hommes ont également une proportion importante de répondants intéressés par les deux options simultanément (14).

Les femmes étudiantes peuvent être plus enclines à entreprendre que les hommes en raison d'une diversité d'aspirations professionnelles et d'une volonté de diversifier leurs options de carrière, reflétant ainsi une évolution des normes de genre et des opportunités économiques élargies.

Tableau 7 : Votre faculté * Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * Entreprendre après le diplôme

			Avez- l'intention d'entreprendre ?			Total
			Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	
Entreprendre après le diplôme						
Tout à fait d'accord	Votre faculté	SECG	28	0		28
		Droit	7	0		7
		Sciences humaines et sociales	7	22		29
	Total		42	22		64
Plutôt d'accord	Votre faculté	SECG	15	0		15

	Total		29	7		36
D'accord	Votre faculté	SECG	7	7	7	21
		Sciences humaines et sociales	0	0	14	14
	Total		7	7	21	35
Neutre	Votre faculté	Droit		0	7	7
		Sciences humaines et sociales		7	7	14
	Total			7	14	21
Pas d'accord	Votre faculté	Sciences humaines et sociales	7			7
	Total		7			7
Plutôt pas d'accord	Votre faculté	Sciences humaines et sociales			14	14
	Total				14	14
Total	Votre faculté	SECG	50	7	7	64
		Droit	21	0	7	28
		Sciences humaines et sociales	14	36	35	85
	Total		85	43	49	177
		Droit	14	0		14
		Sciences humaines et sociales	0	7		7

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

Les données de ce tableau sont réparties de trois facultés (SECG, Droit et science humains et sociales) en fonction de trois niveaux d'intention d'entreprendre : "Tout à fait d'accord", "Plutôt d'accord", "D'accord", ainsi que des réponses neutres et négatives. Les étudiants de la faculté SECG (Sciences Économiques, Comptables et de Gestion) montrent un fort niveau d'intention d'entreprendre, avec 50 répondants au total. Dans la faculté de Droit, les intentions d'entreprendre sont moins marquées, avec 21 répondants au total.

La faculté des Sciences humaines et sociales présente également un intérêt pour l'entrepreneuriat, avec 14 répondants tout à fait d'accord, 36 plutôt d'accord et 35 d'accord, totalisant 85 répondants au total. Les étudiants en SECG affichent une forte tendance à exprimer une forte intention d'entreprendre, avec une majorité de répondants qui se disent "tout à fait d'accord" ou "d'accord". En revanche, les étudiants en Droit présentent une répartition plus variée de leurs réponses, bien que la plupart soient favorables à l'entrepreneuriat. Enfin, les étudiants en Sciences humaines et sociales montrent une diversité notable dans leurs réponses, avec un nombre significatif de répondants se disant "plutôt d'accord" ou "d'accord".

Les étudiants en faculté SECG peuvent afficher un fort intérêt pour l'entrepreneuriat en raison de leur formation axée sur la gestion, les finances et l'économie, ce qui les prépare naturellement à envisager des initiatives entrepreneuriales. De plus, ils peuvent percevoir l'entrepreneuriat comme une voie prometteuse offrant autonomie, potentiel de gains financiers et opportunités d'innovation dans le domaine des affaires. Donc la formation universitaire influe sur l'intention entrepreneuriale

Tableau 8 : Votre moyenne * Choix entre salariat et entrepreneuriat

		Être salarié à vie	Être salarié puis créateur	Se lancer dans la création	Faire un visa d'étude	Les deux à la fois si c'est possible	Je ne sais pas	Total
Votre moyenne	Inférieure à 11/20	0	29	0	7	0	0	36
	Entre 11 et 13/20	7	49	14	14	28	7	119
	13 et plus	0	7	15	0	0	0	22
Total		7	85	29	21	28	7	177

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

Ce tableau croisé présente une répartition des choix entre Salariat et Entrepreneuriat en fonction d'une classification par moyenne : "Inférieure à 11/20", "Entre 11 et 13/20", et "13 et plus". Les données sont réparties en fonction des différents choix post-diplôme : "être salarié à vie", "être salarié puis créateur", "se lancer dans la création", "faire un visa d'étude", "les deux à la fois si c'est possible", et "je ne sais pas".

Nous remarquons que Les étudiants ayant une moyenne inférieure à 11/20 montrent une préférence pour le choix d'être salarié puis de devenir créateur par la suite (29 répondants), suivie de manière significative par ceux qui ne sont pas certains de leur choix (36 répondants).

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

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

Les étudiants aux performances académiques plus faibles semblent privilégier d'abord le salariat avant d'envisager l'entrepreneuriat, tandis que ceux avec des résultats plus élevés sont plus enclins à se lancer directement dans la création d'entreprise, reflétant une corrélation entre les performances académiques et les aspirations entrepreneuriales.

Tableau 9 : Votre spécialité * Entreprendre après le diplôme

		Entreprendre après le diplôme					Total	
		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord		Plutôt pas d'accord
Votre spécialité	Psychologie du travail	22	0	0	7	0	0	29
	Entrepreneuriat	0	8	0	0	0	0	8
	MRH	7	0	0	0	0	0	7
	EMB	0	0	7	0	0	0	7
	Management	7	0	7	0	0	0	14
	SOT	0	0	7	7	7	0	21
	GRH	0	7	0	0	0	0	7
	Orthophonie	0	0	0	0	0	14	14

Sciences de communication	7	0	7	0	0	0	14	l'information et	
Comptabilité et	7	7	7	0	0	0	21	audit	
Finance	7	0	0	0	0	0	7	comptabilité	
Droit privé	7	7	0	7	0	0	0	21	
Droit public	0	7	0	0	0	7	0	0	21
Total	64	36	35	21	7	14	177		

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

Ce tableau croisé analyse les intentions d'entreprendre après le diplôme en fonction des différentes spécialités des étudiants. La spécialité "psychologie du travail" montre un fort engagement envers l'entrepreneuriat, avec 22 répondants tout à fait d'accord. Les spécialités "Entrepreneuriat" et "MRH (Management des Ressources Humaines)" ont également des répondants favorables à l'entrepreneuriat, bien que moins nombreux. Les spécialités comme "EMB (Entrepreneurship and Management of Business)", "Management", "SOT (Science de l'Organisation du Travail)", "science de l'information et communication", "comptabilité et audit", "droit privé", et "droit public" présentent des intentions d'entreprendre réparties entre plusieurs niveaux. La spécialité "orthophonie" montre une préférence marquée pour ne pas envisager l'entrepreneuriat, avec 14 répondants plutôt pas d'accord.

D'autres spécialités telles que "comptabilité et audit", "droit privé" et "science de l'information et communication" affichent une diversité dans les intentions d'entreprendre, avec des répondants répartis entre différents niveaux de consentement.

Les différences dans les intentions d'entreprendre après le diplôme peuvent être liées à la nature de chaque spécialité, où certaines, comme "psychologie du travail" et "entrepreneuriat", préparent mieux les étudiants à la création d'entreprise, tandis que d'autres, comme "orthophonie", orientent davantage vers des carrières salariales stables.

Tableau 10 : Recherche d'opportunité de création * L'Etat vous motive-t-il ?

L'Etat vous motive-t-il ?

Total

		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	
Recherche d'opportunité de création	Tout à fait d'accord	14	7	14	21	0	0	0	56
	Plutôt d'accord	0	23	0	7	14	0	0	44
	D'accord	7	7	14	21	0	0	14	63
	Neutre	0	0	0	0	0	7	0	7
	Plutôt pas d'accord	0	7	0	0	0	0	0	7
Total		21	44	28	49	14	7	14	177

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

Ce tableau croisé analyse la recherche d'opportunités de création en fonction du degré de motivation de l'État. À partir de ce tableau selon la motivation de l'État nous observons que Les répondants qui sont "tout à fait d'accord" que l'État les motive présentent une forte intention de recherche d'opportunités de création, avec 14 répondants. Les répondants "plutôt d'accord" avec la motivation de l'État montrent également un intérêt significatif pour la recherche d'opportunités de création, avec 23 répondants. Ceux qui sont "d'accord" avec la motivation de l'État affichent également un niveau élevé d'intérêt pour la recherche d'opportunités de création, avec 14 répondants. Les répondants qui sont plus favorables à la motivation de l'État montrent une tendance plus marquée à envisager la recherche d'opportunités de création. Et Les réponses neutres ou négatives quant à la motivation de l'État présentent des niveaux d'intérêt plus bas pour la recherche d'opportunités de création.

La perception de la motivation de l'État influence les attitudes entrepreneuriales parce que les individus se sentent plus soutenus et encouragés à créer des entreprises lorsque l'État est perçu comme engagé et favorable à l'entrepreneuriat. En revanche, un manque de conviction quant à l'engagement de l'État peut diminuer l'intérêt pour la recherche d'opportunités de création.

Tableau 11 : Avez-vous l'intention d'entreprendre ? * Voulez-vous que l'Etat vous informe des dispositifs ? * comment les connaissez-vous ?

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

Total	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?	Tout à fait d'accord	64	7	14	0	0	85
		Plutôt d'accord	36	7	0	0	0	43
	D'accord	0	0	28	14	7	49	
Total			100	14	42	14	7	177

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

Ce tableau croisé analyse les intentions d'entreprendre en relation avec le souhait d'être informé par l'État des dispositifs d'entrepreneuriat, ainsi que les moyens par lesquels les répondants souhaitent obtenir ces informations.

D'après les résultats obtenus nous observons que Les répondants qui sont "tout à fait d'accord" ou "plutôt d'accord" pour être informés par l'État des dispositifs d'entrepreneuriat représentent une majorité significative dans chaque catégorie d'intention d'entreprendre, Les répondants qui ont l'intention d'entreprendre sont généralement ouverts à être informés par l'État, quel que soit leur niveau d'accord. La majorité des répondants préfèrent être informés par leurs enseignants, ce qui représente la principale source d'information pour ceux qui ont l'intention d'entreprendre et D'autres moyens tels que l'université (mails), les affichages et les médias sont également mentionnés comme des sources souhaitables pour obtenir des informations sur les dispositifs d'entrepreneuriat.

Les étudiants préfèrent être informés des dispositifs d'entrepreneuriat par leurs enseignants ou d'autres moyens institutionnels, car cela leur assure une information fiable et accessible, renforçant leur confiance dans les initiatives de l'État pour les soutenir dans leurs projets entrepreneuriaux.

Tableau 12 : Votre faculté * Savez-vous que l'université dispose de cinq organismes ?

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

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

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

D'après les résultats de ce tableau nous observons que La majorité des répondants des facultés SECG (Sciences Économiques, Comptables et de Gestion) et Sciences humaines et sociales sont au courant de l'existence des cinq organismes universitaires, avec respectivement 42 et 50 répondants déclarant "oui", dans la faculté de Droit, un nombre moindre de répondants (14) sont au courant de ces cinq organismes.

Nous pouvons conclure que la communication interne et l'engagement des enseignants jouent un rôle crucial dans la diffusion des informations sur les ressources universitaires. Une communication efficace peut garantir que tous les étudiants bénéficient pleinement des services et opportunités offerts par l'université, favorisant ainsi leur réussite académique et professionnelle.

Tableau 13 : Recherche d'opportunité de création * L'université vous donne-t-elle envie d'entreprendre ?

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

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

Ce tableau croisé analyse la recherche d'opportunités de création en relation avec l'influence de l'université sur le désir d'entreprendre, selon différents niveaux d'accord.

D'après les résultats nous constatons que Les répondants qui sont "tout à fait d'accord" que l'université les motive à entreprendre représentent une part significative dans chaque catégorie de recherche d'opportunités de création, avec 42 répondants Ceux qui sont "plutôt d'accord" que l'université les motive affichent également un intérêt marqué pour la recherche d'opportunités

de création, avec 29 répondants Les répondants qui sont "d'accord" que l'université les motive montrent aussi un niveau élevé d'intérêt pour la recherche d'opportunités de création, avec 21 répondants et Les répondants qui se situent aux niveaux "neutre", "pas d'accord", ou "pas du tout d'accord" quant à l'influence de l'université montrent des niveaux d'intérêt plus bas pour la recherche d'opportunités de création.

L'influence positive de l'université sur le désir d'entreprendre des étudiants souligne l'importance d'un environnement éducatif propice à l'entrepreneuriat pour stimuler l'innovation et la création d'entreprises futures. Cette constatation souligne également le rôle vital des institutions éducatives dans la promotion d'une culture entrepreneuriale dynamique.

Tableau 14 suivez vous une formation en entrepreneuriat? * quel est le degré d'influence de cette formation sur votre intention?

		quel est le degré d'influence de cette formation sur votre intention?					Total
		très déterminante	plutôt déterminante	Déterminante	Neutre	Plutôt pas déterminante	
Suivez-vous une formation en entrepreneuriat ?	Oui	36	15	7	0	0	58
	Non	35	28	35	14	7	119
Total		71	43	42	14	7	177

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

Ce tableau croisé analyse la relation entre le fait de suivre une formation en entrepreneuriat et le degré d'influence de cette formation sur l'intention d'entreprendre. D'après les résultats, nous observons que parmi ceux qui suivent une formation en entrepreneuriat, une majorité (36) considère cette formation comme "très déterminante" pour leur intention d'entreprendre, 15

répondants la jugent "plutôt déterminante" et 7 la jugent "déterminante", totalisant 58 répondants dans cette catégorie, parmi ceux qui ne suivent pas de formation en entrepreneuriat, les perceptions sont plus variées : 35 répondants jugent la formation "très déterminante", 28 la jugent "plutôt déterminante", et 35 la jugent "déterminante", totalisant 119 répondants dans cette catégorie.

Les formations en entrepreneuriat sont un catalyseur essentiel pour stimuler l'intention d'entreprendre chez les étudiants, en fournissant les compétences et la détermination nécessaires pour aborder avec succès le monde de l'entrepreneuriat. Leur impact déterminant souligne l'importance de développer davantage de programmes éducatifs de ce type pour favoriser la culture entrepreneuriale au sein des établissements d'enseignement

Tableau 15 Votre moyenne * Votre faculté * pensez-vous maîtriser le processus de création ?

Effectif

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

		Entre 11 et 13/20	7		42	49
		Total	14		42	56
Pas d'accord	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	7	0	0	7
		Entre 11 et 13/20	0	7	7	14
		Total	7	7	7	21
Total	Votre moyenne	Inférieure à 11/20	14	7	15	36
		Entre 11 et 13/20	42	7	70	119
		13 et plus	8	14	0	22
		Total	64	28	85	177
	moyenne	11/20				
		Entre 11 et 13/20	7	0	14	21
		13 et plus	0	7	0	7
		Total	7	14	14	35
D'accord	Votre 11/20	Inférieure à moyenne	7		0	7

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

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

D'après les résultats, nous constatons que Les étudiants ayant une moyenne inférieure à 11/20 dans la faculté SECG sont partagés quant à leur maîtrise du processus de création, avec 14 répondants tout à fait d'accord et 7 répondants pas d'accord, Les étudiants ayant une moyenne entre 11 et 13/20 dans la faculté SECG montrent une tendance plus positive, avec 28 répondants tout à fait d'accord et 7 répondants pas d'accord. Les étudiants ayant une moyenne supérieure à

13/20 dans la faculté SECG sont plutôt confiants dans leur maîtrise du processus de création, avec 8 répondants tout à fait d'accord, Dans la faculté de Droit, la majorité des étudiants ayant une moyenne inférieure à 11/20 sont tout à fait d'accord (7 répondants) ou pas d'accord (7 répondants) quant à leur maîtrise du processus de création, Les étudiants ayant une moyenne entre 11 et 13/20 dans la faculté de Droit sont principalement tout à fait d'accord (7 répondants) ou d'accord (7 répondants), Les étudiants ayant une moyenne supérieure à 13/20 dans la faculté de Droit ne sont pas certains de leur maîtrise du processus de création, avec 7 répondants d'accord et Dans la faculté des Sciences humaines et sociales, les étudiants ont une vision plus positive de leur maîtrise du processus de création, quelle que soit leur moyenne .

Les variations dans la perception de la maîtrise du processus de création selon la moyenne des étudiants et leur faculté soulignent l'importance d'adapter les programmes éducatifs pour offrir des opportunités d'apprentissage différenciées, afin de garantir que tous les étudiants développent une compréhension solide et confiante du processus entrepreneurial.

Tableau 16 Avez vous l'intention d'entreprendre ? * quels sont vos moyens de financement? * Pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes?

			Quels sont vos moyens de financement:					Total
			Épargne personnelle	Épargne familiale	Prêt bancaire	Prêt de la parenté	Dispositifs d'aide à la création	
Pensez-vous que la banque vous ouvrira ses portes?								
Tout à fait	Avez-vous l'intention	Tout à fait d'accord	14	14	7		0	35

d'accord	d'entreprendre?	Plutôt d'accord	0	7	0		0	7
		D'accord	0	0	0		7	7
	Total		14	21	7		7	49
Plutôt l'intention	Avez-vous d'accord	Tout à fait d'accord		0	14			14
d	d'entreprendre?	Plutôt d'accord		7	0			7

	Total			7	14			21
D'accord	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	0	0	7		0	7
		D'accord	7	7	0		14	28
	Total		7	7	7		14	35
Neutre	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	0		7	0		7
		Plutôt d'accord	7		7	0		14
		D'accord	7		0	7		14
	Total		14		14	7		35
Pas d'accord	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord		7			8	15
				0			15	15

	Plutôt d'accord							
	Total		7				23	30
Plutôt pas d'accord	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord		7				7
	Total			7				7
Total	Avez-vous l'intention d'entreprendre?	Tout à fait d'accord	14	28	35	0	8	85
		Plutôt d'accord	7	14	7	0	15	43
		D'accord	14	7	0	7	21	49
	Total		35	49	42	7	44	177

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

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

D'après les résultats Les répondants ayant l'intention d'entreprendre et étant tout à fait d'accord que la banque leur ouvrira ses portes envisagent principalement un financement par épargne personnelle (14), épargne familiale (14), ou prêt bancaire (7), totalisant 35 répondants dans cette catégorie. Ceux ayant l'intention d'entreprendre et étant plutôt d'accord quant à l'ouverture des banques envisagent principalement un financement par épargne familiale (7), totalisant 7 répondants, Les répondants ayant l'intention d'entreprendre et étant d'accord que la banque leur ouvrira ses portes considèrent principalement un financement par prêt bancaire (14) ou dispositifs d'aide à la création (7), totalisant 21 répondants, Dans la catégorie "Neutre" quant à l'intention d'entreprendre, ceux qui sont tout à fait d'accord avec l'ouverture des banques privilégient un financement par épargne personnelle (7), épargne familiale (7), ou prêt bancaire (7), totalisant 21 répondants et Parmi ceux qui n'ont pas l'intention d'entreprendre et qui sont

plutôt pas d'accord quant à l'ouverture des banques, aucun répondant n'envisage de financement spécifique.

L'intention d'entreprendre des étudiants semble influencer leurs stratégies de financement, avec une préférence pour l'épargne personnelle, familiale ou les prêts bancaires chez ceux qui envisagent l'entrepreneuriat. Cette dynamique souligne l'importance de faciliter l'accès aux financements pour encourager davantage d'étudiants à concrétiser leurs projets entrepreneuriaux

Conclusion

L'analyse des résultats des tableaux 7 et 11 met en lumière deux aspects essentiels de l'environnement universitaire influençant l'intention entrepreneuriale des études

Tout d'abord, il apparaît clairement que les étudiants en faculté SECG manifestent un fort intérêt pour l'entrepreneuriat, un effet directement lié à leur formation axée sur la gestion, les finances et l'économie. Cette formation spécialisée prépare naturellement les étudiants à envisager des initiatives entrepreneuriales en leur offrant les compétences et connaissances nécessaires. L'entrepreneuriat est perçu par ces étudiants comme une voie prometteuse offrant autonomie, potentiel de gains financiers et opportunités d'innovation, ce qui souligne l'importance de la formation universitaire dans le développement de l'intention entrepreneur.

Deuxièmement, les résultats révèlent que la communication interne et l'engagement des enseignants jouent un rôle crucial dans la diffusion des informations sur les ressources universitaires. Une communication efficace assure que tous les étudiants bénéficient pleinement des services et opportunités offertes par l'université, ce qui est essentiel pour favoriser leur réussite académique et professionnelle. Ainsi, la qualité de la communication interne et l'engagement des enseignants sont des facteurs déterminants pour maximiser l'impact des ressources universitaires sur les étudiants.

En conclusion, la formation universitaire en SECG et la qualité de la communication interne constituent des éléments clés influençant non seulement l'intention entrepreneuriale des étudiants, mais aussi leur succès global au sein de l'université. Il est donc crucial pour les institutions universitaires de continuer à renforcer ces aspects afin de soutenir et développer le potentiel entrepreneurial et académique de leurs étudiants.

CONCLUSION GENERALE

L'entrepreneuriat est un domaine très vaste. Il s'agit d'un processus de recherche, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités, réalisé par un entrepreneur ou une équipe entrepreneuriale. Ce processus, que ce soit dans le cadre d'une création, d'une reprise ou d'un développement d'activités, implique le développement d'une organisation mettant en œuvre une vision stratégique et contribuant à la création de valeur. Il joue un rôle crucial dans l'économie, car il contribue à la création de richesse des pays et à l'exploitation des opportunités d'affaires par les individus, leur permettant de créer leur propre emploi. Cela aide à réduire le chômage et à combattre la pauvreté qui menace les sociétés aujourd'hui. De plus, l'entrepreneuriat s'étend à presque tous les domaines, et pas seulement à l'économie. Pour cette raison, les chercheurs des pays développés et en développement s'intéressent de plus en plus au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique. Encourager l'entrepreneuriat, la créativité et l'innovation constitue un défi majeur pour la croissance économique, particulièrement dans les pays en développement. Compte tenu de l'importance de l'entrepreneuriat pour le développement du système économique d'un pays, tous les acteurs économiques sont incités 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 expliquer par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

Notre étude a été menée avec une approche méthodologique rigoureuse pour explorer l'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Bejaia. Nous avons choisi de réaliser une enquête à l'aide d'un questionnaire, permettant de recueillir des données quantitatives auprès d'un échantillon diversifié de 200 étudiants inscrits dans les facultés de sciences économiques, de gestion et de commerce (SECG), de sciences humaines et sociales, et de droit. Cette démarche nous a permis de garantir la représentativité et la fiabilité des résultats obtenus.

Le choix méthodologique s'est avéré pertinent pour atteindre nos objectifs de recherche. En utilisant des outils statistiques tels que SPSS, nous avons pu analyser les données de manière approfondie, identifier des tendances significatives et tester nos hypothèses. Sur les 200 questionnaires distribués, 196 ont été récupérés, avec 177 jugés exploitables, nous permettant ainsi d'obtenir un taux de réponse élevé et de disposer d'un échantillon représentatif.

Les résultats de notre étude permettent de répondre aux hypothèses formulées concernant l'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. **Pour la première hypothèse (H1)**, nous constatons que la formation universitaire joue un rôle significatif dans le développement de la désirabilité d'entreprendre **ce qui la valide**. Nos analyses montrent que les femmes, influencées par des facteurs socio-culturels et une diversité d'aspirations professionnelles, sont particulièrement enclines à envisager l'entrepreneuriat. De même, les étudiants en sciences économiques, gestion et commerce (SEGC) affichent une intention élevée d'entreprendre, attribuable à leur formation spécialisée, à une culture institutionnelle favorable et à des perspectives de carrière attrayantes.

Quant à **la seconde hypothèse (H2)**, qui propose que seules les formations entrepreneuriales peuvent nourrir la désirabilité d'entreprendre, **nos résultats l'invalident** et révèlent une nuance. Bien que les formations en entrepreneuriat soient effectivement des catalyseurs essentiels pour stimuler l'intention d'entreprendre, d'autres programmes universitaires intégrant des éléments pratiques et innovants jouent également un rôle important. Par exemple, la communication interne efficace et l'engagement des enseignants contribuent à la diffusion des informations sur les ressources universitaires, ce qui favorise l'intention entrepreneuriale des étudiants.

L'influence positive de l'université sur le désir d'entreprendre des étudiants souligne l'importance de créer un environnement éducatif propice à l'entrepreneuriat. Les formations spécifiques en entrepreneuriat, ainsi que les approches pédagogiques innovantes dans d'autres disciplines, sont cruciales pour stimuler l'innovation et la création d'entreprises futures. Ces constats mettent en évidence le rôle vital des institutions éducatives dans la promotion d'une culture entrepreneuriale dynamique et la nécessité de développer davantage de programmes éducatifs pour soutenir cette mission.

Bibliographie

- Amit R., Glosten L., Mueller E., 1993, challenges to theory development in entrepreneurship research, journal of management studies ; vol. 30, n°5, P 815-834.
- Achibane, M., Andaloussi, G., 2019. Mobiles de l'Intention Entrepreneuriale : Cas des Etudiant(e)s Universitaires de la Région Rabat -Salé-Kenitra du Maroc. Eur. Sci. J. ESJ 15. <https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n19p259>
- Amine, Nadjat, Ghalia, G., SEGUENI, BENYAHIA, 2018. L'INTENTION ENTREPRENEURIALE CHEZ LES ÉTUDIANTS : ENQUÊTE AUPRÈS D'UN ÉCHANTILLON D'ÉTUDIANTS DE L'UNIVERSITÉ D'ORAN 2.
- Bruyat C., 1993, création d'entreprise : contributions épistémologique et modélisation, thèse de doctorat en science de gestion, université Pierre Mendès-France de Grenoble.
- Bruyat C., Julien P.A., 2001, Defining the field of research in entrepreneurship, Journal of business Venturing, vol.16, n°2, PP.165-180. Casson M., 1982, The entrepreneur : an economic theory, Oxford, Martin Kobertson.
- Daoudi, I., Permanan, L., n.d. LES DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : CAS DES ETUDIANTS DE L'UNIVERSITE DE BOUIRA.
- Dej. D, << motivation to become entrepreneur : in M.Leon & M.Gorgievski, psychology of entrepreneurship research and education >>, Edition Spain, 2007, P 57-64 □ Filion I-j; Fayolle A, Op Cite, P254.
- FAYOLLE A., « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », Editions d'Organisation, Paris, 1999. P 52
- FILION J. L. et al. « Réussir sa création d'entreprise sans business plan >>, Edition Eyrolles, Paris, 2012. P22.
- Fayolle A. entrepreneuriat apprendre à entreprendre. Edition Dunod. Paris, 2012.
- Gartner W.B, «who is an entrepreneur? Is the wrong question», American journal of small business, 12(4), 1988, 11-32.
- Gasse Y, <<entreprendre moderne : attribut et fonction >>, revue internationale de gestion, vol 7, n°4, 1983, p23.
- Casson M., 1982, The entrepreneur : an economic theory, Oxford, Martin Kobertson.
- Gartner W.-B., 1990, What are we talking about when we talk about antrepreneurship ?, Journal of business venturing, vol .5, n°1.
- Gartner W.-B., 1995, Aspects of organizational emergence, in entrepreneurship perspectives on theory building, Bull I., Thomas H., Willard G., eds.), Pergamon
- Hisrich. Robert D. Peters. Michel Entrepreneurship. Edition Economica. Paris France (1989)
- IHEC, 2017, culture entrepreneuriale, 12 septembre 2017 Disponible a l'adresse: Julien P-A, Cadieux L, "La mesure d'entrepreneuriat", Institut de la statistique de la Québec, 4° trimestre, 2010, P 17-25.
- Julien.P.A et Marchesnay.M ;<<l'entrepreneuriat>>, Economica, Paris, 1996, P11

- Léna Ibrahim, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban Gestion et management Université Nancy 2, 2011, p 97- 101
- Moctar, H., n.d. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'Université de Dosso au Niger 1.
- MORIN E., 1989, Diriger dans la complexité, colloque du 9 mars 1989, Entreprise et Progrès, p. 15.
- SHANE S., VENKATARAMAN, 2000, The promise of entrepreneurship as a field of research, Academy of Management Review, vol.25, n°1, pp. 217-226.
- Stevenson et Jarillo cité par A. FAYOLLE, << introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, P13.
- Saleh, L (2011, 01 13). L'intention entrepreneuriale des étudiants : cas du Liban. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Nancy 2, Nancy. Consulté le 08 08, 2020, sur WikiMemoires: <https://wikimemoires.net/2013/01/limpact-de-lenseignement-sur-lintention-entrepreneuriale/>.
- SAPORTA.B, et VERSTRAETE.T, (2000), « Réflexions sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les Composantes en science de gestion des universités françaises », Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat, France, Lille, p5-6.* Tounés A, <<l'intention entrepreneuriale, une recherche comparative entre des étudiants suivants des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », thèse de doctorat en science de gestion, université de Paris, France, 2003, P30.
- TIMMONS J.-A., MUZYKA D.-F., STEVENSON H.-H., BYGRAVE W.-D., 1987. Opportunity recognition: the core of entrepreneurship, Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Babson Park, MA.
- Verstraete T, << histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000, P12.
- VENKATARAMAN S., 1997, The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective, in J. Katz et R. Brockhaus (Eds), Advances in Entrepreneurship, firm, emergence, and growth, vol. 3, Greenwich, CT: JAI Press, pp. 119-138.
- WEICK K.-E., 1979, The social psychology of organizing, Reading, Massachussets, Addison- Westley
- <file:///C:/Users/Houcine/Downloads/chapitre2-lesformesentrepreneuriales-131104165942phpapp02.pdf>

Annexes

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



Questionnaire sur l'intention

Entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bejaia

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

A/ Renseignement sur l'étudiant

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

B/ L'intention entrepreneuriale

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

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

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

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

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

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

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

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

Autre :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Oui Non

18. Si oui comment vous les connaissez ?

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

19. Si oui, connaissez-vous ces organismes ?

Oui Non

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

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

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

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

22. Suivez-vous une formation en entrepreneuriat ?

Oui Non

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

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

24. Si oui, vous la trouvez intéressante ?

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

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

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

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

Oui Non

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

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

Autre :

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

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

29. Par quelle voie ?

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

Autre :

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

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

1	Payante	
2	Gratuite	
3	Ecole privée	
4	Structure publique	

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

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

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

	Qualité des enseignements	
	Diplôme universitaire	
	L'environnement « université »	

Autre :

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

	Flexibilité des horaires	
	Prix intéressants	

Autre :

C/ La désirabilité

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Oui Non

Autre : Par

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

1	Dans votre Wilaya	
2	En dehors votre Wilaya	
3	Indifférent	

D/ La faisabilité :

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

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

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

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

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

Oui Non Ne sais pas

48. Si oui, qui sont-ils ?

Famille Amis Voisins Entrepreneur x

49. Comment – ils vous ont influencés ?

1	Conseil et éveil	
2	Expertise	
3	Partenariat	

50. Quel est le degré d'influence

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Autre :

E/ La propension à l'action

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

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

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

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

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

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

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

Table des matières

LISTE DES ABREVIATIONS

LA LISTE DES TABLEAUX

LA LISTE DES FIGURES

INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE 1 :GENERALITES SUR LA FORMATION UNIVERSITAIRE ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE	412
1.1 Notions générales sur l'entrepreneuriat	6
1.1.1 L'entrepreneuriat un concept à définir	6
1.1.2 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat	7
1.1.2.1 Un processus lié à la notion d'opportunité	7
1.1.2.2 Un processus d'émergence organisationnelle	8
1.1.2.3 L'entrepreneuriat : un processus qui évolue sous l'effet d'un dialogique individu-crédation de valeur	8
1.1.3 Le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique	9
1.1.3.1 L'initiative publique	11
1.1.3.2 L'intraprenance.....	11
1.1.3.3 L'entreprenance	11
1.1.4 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat	12
1.1.4.1 L'approche Trait.....	12
1.1.4.2 L'approche comportementale.....	13
1.1.4.3 L'approche cognitive	14
1.1.5 Les formes de l'entrepreneuriat	14
1.1.5.1 La création d'une nouvelle entreprise ou l'entrepreneuriat ex-nihilo (à partir de rien)	15
1.1.5.2 La création d'une entreprise par essaimage	15
1.1.5.3 La création d'une entreprise par franchise.....	16
1.1.5.4 L'intrapreneuriat.....	16
1.1.5.5 La reprise d'entreprise.....	17
1.1.5.6 L'Entrepreneuriat solidaire et sociale.....	17
1.1.5.7 Le techno-entrepreneuriat	18
1.2 La formation universitaire dédiée à l'entrepreneuriat	19
1.2.1 Enseigner l'entrepreneuriat : une question de définition(s)	19
1.2.1.1 Enseignement et éducation :	19
1.2.1.2 Peut-on enseigner l'entrepreneuriat ? Peut-on apprendre à entreprendre ?	21
1.2.1.3 Définir l'enseignement et l'apprentissage de l'entrepreneuriat	22
1.2.2 L'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale	23
1.2.3 Les enjeux de l'enseignement de l'entrepreneuriat	25
1.2.4 Les dimensions de l'enseignement de l'entrepreneuriat.....	26
1.2.4.1 La dimension entrepreneuriale	26
1.2.4.2 La dimension instrumentale	27
1.2.4.3 La dimension technique	27
1.2.4.4 La dimension cognitive	28
CHAPITRE 2 : LES FACTEURS DETERMINANTS DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE	29
1.3 Le modèle de Shapero et sokol	31

1.3.1 Facteurs clés	32
1.3.1.1 Perception de la désirabilité.....	32
1.3.1.2 La perception de la faisabilité.....	33
1.3.1.3 La propension	34
1.3.1.4 Développements	34
1.3.2 Les variations contextuelles	35
1.4 Le Modèle d'Ajzen (1991)	36
1.4.1 Fondements de la Théorie du Comportement planifié.....	37
1.4.1.1 Les Attitudes.....	37
1.4.1.2 Normes Subjectives	37
1.4.1.3 Le processus de formation des comportements	38
1.4.2 Applications de la Théorie du Comportement Planifié	39
1.4.3 Limitations.....	40
1.5 Les autres déterminants de l'intention entrepreneuriale.....	41
1.5.1 L'entourage et l'environnement familial.....	41
1.5.2 Les opportunités d'affaires	42
1.5.3 Les niches	43
1.5.3.1 Définitions	43
1.5.3.2 Les niches et l'entrepreneuriat.....	43
CHAPITRE 3 : L'ANALYSE DE L'INFLUENCE DE LA FORMATION UNIVERSITAIRE SUR L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : ETUDE DESCRIPTIVE	46
1.6 Méthodologie de la recherche.....	47
1.6.1 Choix de la méthode	47
1.6.2 Analyse des Données	48
1.6.3 L'échantillonnage	49
1.7 Analyse du contenu du questionnaire.....	51
1.7.1 Le sexe	51
1.7.2 La faculté	51
1.7.3 L'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale	52
CONCLUSION GENERALE.....	73
Bibliographie.....	75

Annexes

Table des matières

Résumé

Pour examiner l'influence de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale des étudiants en sciences sociales de l'université de Bejaia, nous avons utilisé une technique de sondage par questionnaire auprès d'un échantillon de 200 étudiants inscrits à cette université. Les résultats soulignent l'importance cruciale de la formation universitaire dans l'incitation à l'entrepreneuriat. Les cours et programmes en entrepreneuriat jouent un rôle déterminant en offrant aux étudiants les compétences et la motivation nécessaires pour se lancer dans des projets entrepreneuriaux. De plus, l'influence positive de l'université sur le désir d'entreprendre met en évidence l'importance d'un environnement éducatif qui favorise l'innovation et la création d'entreprises.

Mots clés : la formation universitaire , l'intention entrepreneuriale , l'entrepreneuriat , innovation .

Abstract

To examine the influence of university education on the entrepreneurial intention of social science students at the University of Bejaia, we used a survey technique through a questionnaire with a sample of 200 students enrolled at this university. The results highlight the crucial importance of university education in encouraging entrepreneurship. Courses and programs in entrepreneurship play a decisive role by providing students with the necessary skills and motivation to embark on entrepreneurial projects. Furthermore, the positive influence of the university on the desire to undertake entrepreneurship underscores the importance of an educational environment that fosters innovation and business creation.

Keywords: university education, entrepreneurial intention, entrepreneurship, innovation.

ملخص

لدراسة تأثير التدريب الجامعي على النية الريادية لدى طلاب العلوم الاجتماعية بجامعة بجاية ، استخدمنا تقنية المسح بالاستبيان مع عينة مكونة من 200 طالب مسجل بهذه الجامعة. وتسلط النتائج الضوء على الأهمية الحاسمة للتعليم الجامعي في تشجيع ريادة الأعمال. تلعب دورات وبرامج ريادة الأعمال دوراً رئيسياً في تزويد الطلاب بالمهارات والتحفيز اللازم للشروع في مشاريع ريادة الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، فإن التأثير الإيجابي للجامعة على الرغبة في أن تكون رائد أعمال يسלט الضوء على أهمية البيئة التعليمية التي تشجع الابتكار وإنشاء الأعمال. الكلمات المفتاحية: التعليم الجامعي، النية الريادية، ريادة الأعمال، الابتكار

