L'intention Entrepreneuriale Chez Les étudiants Universitaires Diplômés

The Entrepreneurial Intention for Graduated Students

روح المبادرة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين حاملي الشهادات

Mokhtar HOMIDA (*)
Laboratoire des Politiques de Développement Rurales dans les Parcours Steppiques
Faculté des Sciences Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion. Université de Djelfa, Algérie.
Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences, Djelfa University, Djelfa; Algeria
Ouadie KACEM (**)
Laboratoire Génie industriel, Management industriel et Logistique.
ENPO d'Oran. Algérie
Faculté des Sciences Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion. Université d'Alger3, Algérie.
Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences Algiers 03 University, Algiers; Algeria

Received: *01.10.2017* & *Accepted:* *31.12.2017*

حميدة مختار (*)
مخبر سياسات التنمية الريفية في المناطق السهبية
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
جامعة الجلفة – الجزائر
وديع قاسم (**)
مخبر الهنسة الصناعية المناجمنت الصناعية والامداد
المدرسة الوطنية متعددة التقنيات بوهران - الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-
جامعة الجزائر 03 - الجزائر

قُدم للنشر في: 2017.10.01 & قُبل للنشر في: 2017.12.31

Résumé : L'acte d'entreprendre est considéré pour la plus part des chercheurs (Gartner, 1988; Aumont et Mesnier, 1995; Hernandez, 2001; Calay et al, 2005) comme une succession d'étapes. Où l'intention entrepreneuriale constitue le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial. Il est actuellement important d'encourager et de sensibiliser les étudiants qui sont incapable de trouver des opportunités d'emploi à l'entrepreneuriat.

Cette recherche vise à analyser les facteurs qui influencent l'intention de créer une entreprise chez les anciens étudiants de la Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestions et Sciences Commerciales d'Oran.

Mots clés : Entrepreneuriat, Intention Entrepreneuriale.

Jel Classification Codes : L26, L29.

Abstract: Entrepreneurship action is considered by the majority of researchers (Gartner 1988, Aumont and Mesnier 1995, Hernandez 2001, Calay et al 2005) as a succession of steps, where entrepreneurial intention is the first necessary element in the entrepreneurial process. It is currently important to encourage and raisestudents' awareness by entrepreneurship especially, those who are not able to find jobs opportunities.

Thisstudy aims to analyze factors that affect the intentions to create startups by the graduated students of faculty of Economic, Commercial and Management Sciences of Oran University.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention.

Jel Classification Codes : L26, L29.

ملخص : العمل المقاولاتي تم اعتباره من طرف الكثير من الباحثين (غارتنار , 1988: اومو و ميسنيي ،1995: هارناندیز، 2001: كالاي وآخرون) على أنه مجموعة متسلسلة من الخطوات . حيث تشكل الروح المقاولاتية أول عنصر ضروري للعمل المقاولاتي. اذ بات من المهم تشجيع وتحسيس الطلبة الجامعيين بالعمل المقاولاتي كي يتخلصوا من عقدة ندرة فرص العمل.

هدفت هذه الدراسة الى تحليل العوامل المؤثرة عند انشاء مؤسسات وهذا بالنسبة للطلبة الجامعيين الحاملين للشهادات المتخرجين من كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير بجامعة وهران.

الكلمات المفتاح : مقاولاتية، روح مقاولاتية.

تصنيف JEL: L26، L29.

eMail : (*) : Hommok13@gmail.com **& (**)** Ouaddy@gmail.com

I- Introduction :

Pendant ces dernières décennies, les préoccupations des chercheurs et des décideurs, dans les pays développés comme dans ceux en voie de développement, se sont de plus en plus rapportées au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social, considéré comme un facteur névralgique dans la société[1].

Par la création d'entreprise, l'entrepreneuriat participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique, selon le bulletin d'information statistique, du 1er trimestre 2013 du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat,la population globale des PME s'élève à 747.934 entités.Le nombre de PME créées en cette même période, tous secteurs juridiques confondus, est de 34.811 PME. Les radiations ont touchées 2.661 PME, alors que la réactivation d'activité a concerné 3.962 entités. Au total, les PME ont cru en 2013 de 36.112 PME, soit une augmentation nette de 8,81% par rapport à 2012[2].

Par contre, beaucoup d'indicateurs révèlent aujourd'hui la faiblesse du tissu des PME par rapport aux économies développées, avec un taux de couverture égale à 17 entreprises par 1000 habitants en 2010, contre une moyenne de 45 entreprises pour 1000 habitants dans les pays développés (Merzouk. F, 2010).

La création d'entreprise est un acte qui naît au sein d'un processus en construction. En amont de celui-ci, de multiples recherches ont tenté d'expliquer les causes qui amènent les individus à devenir entrepreneur (Tounès 2003).

Or, un déficit de culture entrepreneuriale et de formation est notable. L'université reste l'un des acteurs-clés dans la promotion de cette culture auprès des jeunes étudiants. Vu que le marché du travail formel est saturé la plupart de nos étudiants sont incapable de trouver des opportunités d'emploi, il est actuellement important d'encourager l'entrepreneuriat pour mobiliser leur enthousiasme, leur énergie et leurs ambitions de contribuer au développement économique.

Cette recherche vise à analyser les facteurs qui influencent l'intention de créer une entreprise chez les anciens étudiants de la Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestions et Sciences Commerciales d'Oran.

Dans ce contexte, l'objectif de notre recherche est d'étudier la phase de pré-création de l'entreprise en testant le modèle de Tounès. A (2003) qui mobilise la théorie du comportement planifié[3] d'Ajzen (1991). L'utilité de ce modèle pour l'acte de création d'entreprise est déjà justifiée par un certain nombre de recherches empiriques, d'autant plus que la plupart de ces études ont été réalisées auprès de la population étudiante (Bourguiba 2007, Salah 2011).

Nous organisons notre communication en deux parties. La première se consacre à la présentation de notre approche conceptuelle en présentant les concepts de base qui seront utilisés (les modèles d'intention entrepreneuriale et ces principaux déterminants).La deuxième partie présente le cadre empirique utilisé avec la méthodologie de recherche adoptée et l'exposé des résultats.

II- L'importance de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat a suscité ces vingt dernières années un intérêt croissant tant dans les milieux politiques que dans les milieux académiques (Capron, 2009). Aujourd'hui, l'importance stratégique de l'entrepreneuriat et de la création d'activités nouvelles n'est plus mise en doute. Ce centre d'intérêt s'explique par le fait que l'entrepreneuriat (Julien et Cadieux, 2010) :

- Constitue un moteur très important du développement économique et social à traversle monde.
- Une source de la majorité des nouveaux emplois et stimule la croissance économique.
- Les nouvelles entreprises permettent d'améliorer la compétitivité des économies des pays industrialisés ou en voie de l'être.
- Favorise le développement local et restructure plusieurs régions.

- Contribue au renouvellement des économies contrairement à plusieurs grandes entreprises qui perdurent trop souvent à cause du support massif des gouvernements.

Néanmoins, l'entrepreneuriat ne se limite pas à la création d'entreprise. La démarche entrepreneuriale va au-delà de la création d'entreprise (Saporta et Vestraete, 2006). En effet, l'entrepreneuriat concerne de façon générale la gestion de toute entreprise, nouvelle ou existante, petite ou grande.

Le phénomène entrepreneurial a suscité un intérêt de la part de plusieurs chercheurs et cela à travers la création de colloques spécialisés, de revues[4], de sections scientifiques. Selon Capron (2009), il existe actuellement plus d'une quarantaine de revues sur l'entrepreneuriat sans compter les publications de centres de recherche spécialisés en la matière. Les milieux académiques se sont mobilisés pour stimuler les recherches sur la dynamique entrepreneuriale et mettre en point des banques de données harmonisées au niveau international (Capron, 2009). Citons à titre d'exemple le programme de recherche « Global Entrepreneurship Monitor »[5] crée par le BabsonCollege et la London BusniesSchool en 1997 qui regroupe actuellement plus de quarante pays.

L'importance de l'entrepreneuriat a également intéressé les organismes internationaux. Ainsi, « en 1992, l'Union Européenne a créé l'Observatoire des PME et en 2000, elle a mis en place les Eurobaromètres afin de suivre l'évolution des perceptions en matière d'entrepreneuriat au sein despays européens et aux Etats-Unis. En 2003, elle publiera un Livre vert sur « L'esprit d'entreprise en Europe »[6]. L'OCDE s'intéresse à cette problématique depuis 1998 avec les travaux effectués dans le cadre du Programme d'action concernant le développement économique et la création d'emplois au niveau local (LEED). L'OCDE a créé récemment un centre qui s'intéresse au rôle de l'entrepreneuriat dans la dynamique de croissance et mis en place un programme d'indicateurs pour le suivi des politiques en faveur de l'entrepreneuriat. De tout ce qui précède, nous pouvons souligner l'intérêt de cette étude, qui nous indiquons à partir de laquelle l'influence de milieu entrepreneurial sur l'intention de créer une entreprise chez les étudiants.

III- L'intention entrepreneuriale au sein du champ de l'entrepreneuriat :

Dans la littérature entrepreneuriale, la phase de l'émergence organisationnelle apparaît comme nécessitant des recherches approfondies. Cette phase est caractérisée par l'intention d'une personne de créer une organisation. Émin (2006) affirme que, lorsque l'entrepreneuriat est vu comme un processus, l'intentionnalité y est centrale.

Nos pérégrinations dans différentes disciplines renseignent que l'intention est un concept transdisciplinaire (Tounes. A, 2007). Pour Bird (1992), l'intention entrepreneuriale est définit comme « (…) un état de pensée qui dirige l'attention (et par conséquent l'expérience et l'action) vers un objectif spécifique, la nouvelle organisation, et une façon de l'atteindre ». Selon d'autres chercheurs (comme Bruyat 1993) la conçoivent comme étant une volonté individuelle et une liberté. Ils précisent alors qu'elle est un état d'esprit qui oriente l'attention, et par conséquent, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique, dans le but d'accomplir quelques choses (créer une entreprise, la faire croitre ou la faire évoluer). Dans les sciences psychologiques[7], l'intention représente « une étape nécessaire au cheminement motivationnel vers le comportement » (Neveu, 1996).

Nous constatons l'existence de plusieurs définitions possibles de l'intention. Elles se distinguent moins par de grandes différences d'approche que par leurs nuances. Certains auteurs parlent de jugement, d'autre de volonté ou d'état de pensée, d'autres encore précisent ce qui la constitue, d'autres non. Au final, l'intention implique la volonté d'atteindre un certain but, ici, la création d'entreprise.

Les deux principales théories qui ont inspirées les chercheurs sont :

- La théorie de l'évènement entrepreneurial Shapero et Sokol (1982) : Elle explique l'intention par deux variables à savoir : la désirabilité perçue et la faisabilité perçue.

- La théorie de comportement planifié d'Ajzen (1991) : Elle explique l'intention par trois variables qui sont : les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental.

Tounés en 2003 propose dans sa thèse de doctorat un modèle conceptuel de l'intention entrepreneuriale en se référant à la théorie du comportement planifie d'Ajzen 1991. Il s'est appuyé sur une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE[8]. Ainsi, Tounès (2003) propose trois facteurs influençant l'intention entrepreneuriale chez l'individu, ces facteurs sont les mêmes d'Ajzen 1991: les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et le contrôle comportemental. Il a cherché également à expliquer l'impact de ces facteurs sur l'intention d'entreprendre. Le modèle de Tounés (2003) prend la forme suivante : (Cf. figure 01)

L'auteur[9] analyse à travers ce modèle les actions qu'entreprennent les étudiants en vue de concrétiser leurs intentions (variables d'attitude), les motivations et les influences sociales qui les animent (variables de norme subjective), et enfin, les perceptions de leurs aptitudes et des ressources pour ce qui est de la faisabilité des projets d'affaire (variables de perception). Ces facteurs regroupent les éléments suivants :

- Le premier groupe contient les attitudes associées au comportement. Ce groupe de variables se décline par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire et par la quête d'informations pour mieux les structurer.
- Le deuxième groupe se compose des normes subjectives, exprimées par les motivations (besoin d'accomplissement, recherche de l'autonomie), les perceptions des conséquences de la prise de risque et la connaissance de modèles d'entrepreneur.
- Le dernier groupe renferme les perceptions du contrôle comportemental à savoir : les perceptions des aptitudes entrepreneuriales (les programmes ou formations en entrepreneuriat), les expériences professionnelles et associatives, et les perceptions de disponibilité des ressources (informations, conseils et finances).

IV- Les différentes recherches sur l'intention entrepreneuriale dans le milieu universitaire :

Jusqu'à maintenant, certaines études ont permis de déterminer le potentiel entrepreneurial dans la population en général mais pas dans un milieu universitaire.

Plusieurs auteurs (Kolveried 1996 ; Autio et al 1997 ;Filion, Heureux, Youaleu et Bellavance 2002 ; Tounès 2003 ; Emin 2006 ; Boissin et Al 2009) ont appliqué des modèles d'intention à l'acte de création d'entreprise.Ces études concernent spécifiquement une population étudiante.

Dans le tableau ci-dessous, nous présentons un récapitulatif des modèles mobilisés dans cette population : (Cf. tableau 01)

V- Méthodologie, Résultatset Discussion :

A. Elaboration du questionnaire :

En s'appuyant, sur les acquis théoriques et les études réalisées dans le domaine. Nous avons développé un questionnaire largement inspiréde l'enquête de Tounés (2003)qui avait pour objectif de vérifier si les programmes où les formations influencent, au même titre que des variables situationnelles et personnelles, l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Ceci revient à s'intéresser à trois principales variables retenues sur l'intention entrepreneuriale : les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et les perceptions du contrôle comportemental.

B. L'échantillonnage :

Nous nous sommes intéressés uniquement aux anciens étudiants de la Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et des Sciences Commerciales. Ce choix a été motivé par le fait que:

- Les étudiants de cette faculté ont plus de chance de pouvoir créer des entreprises dans le futur par leurs interactions avec le monde professionnel[10].
- Ils disposentd'une formation de base sur le management et la comptabilité, ce qui facilitera au plan technique la création d'entreprises.
- Ils auront plus de chance de faire des stages dans des entreprises ce qui facilitera l'adaptation de leur propre projet à la réalité du terrain.

Nous avons pris en considération le niveau de formation, qui a limité notre échantillon à tous les étudiants en fin de cursus universitaire : les étudiants de 3ème année en licence de toute la Faculté (les trois Départements : Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales) et les étudiants de 2ème année en Master de toute la Faculté soit tous les étudiants en fin de cursus universitaire. Ce choix s'explique par le fait que ces derniers sont dans un contexte qui laissent supposer que leurs attitudes, leurs normes subjectives et leurs perceptions peuvent se développer et renforcer l'intention entrepreneuriale. Aussi, ces étudiants devraient avoir une meilleure visibilité par rapport à leur future carrière professionnelle.

L'échantillon aléatoire simple, a été choisi selon la technique probabiliste. Cette technique implique un véritable tirage au hasard ; elle donne à chaque élément de la population une chance connue et non nulle d'être choisi (Ben Abdellah, 1994).Ce type d'échantillon accorde à chaque individu non seulement une chance connue et non nulle d'être choisi, mais aussi une chance égale.

Après ces différentes considérations, nous avons distribué 466 questionnaires nous en avons retenu 419 qui étaient exploitables. L'enquête s'est déroulée sur le terrain du mois décembre 2016au mois de mars 2017. Nous avions remis un questionnaire composé de quatre (04) parties, à l'intérieur desquelles plusieurs questions ont été identifiées pour rassembler les informations concernant le thème considéré.

C. La description générale des données sociodémographiques :

Avant l'analyse des questions, nous avons souhaité étudier les caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon par le biais des variables suivantes : la spécialité, le genre**,** l'âgeet l'origine des répondants.

➢ **La spécialité des répondants :**

L'échantillon interrogé est composé de 419 étudiants, de 13 spécialités :

- *8 spécialités en L3 :* Banque et assurances, Ingénierie économique, Management, Finance, Informatique de Gestion, Comptabilité, Marketing, Business International.
- *5 spécialités en M2 :* Banque et assurances, Technique Quantitative et Economie Appliquée, Management public, Management des ressources humaines, Marketing Management.

La plupart des répondants (73%) sont des étudiants inscrits en l'ANSEJ,contre 27% des étudiants inscrits en l'ANGEM.

➢ **Le genre, l'âge et l'origine des répondants:** (Cf. tableau 02)

- La répartition par genre montre que près de 62% des répondants sont des femmes (soit 259 étudiantes) contre 38% pour la gente masculine (soit 160 étudiants).
- La répartition de l'échantillon selon l'âge montre que la plus grande proportion (79.5 %) est celle dont l'âge est inférieur à 25 ans. Cette tranche d'âge concerne beaucoup plus ceux qui sont en 3ème année licence. Suivi avec 16.7% par ceux dont l'âge varie entre 25 ans à 30 ans, et 3.8% seulement leurs âges dépassent les 30 ans. A noter que l'âge moyen des répondants est de 24 ans.

D. L'analyse du questionnaire :

Le traitement statistique du questionnaire nécessite le codage sur SPSS, c'est-à-dire la traduction des réponses pour les préparer à un traitement informatique.

Les données ont été analysées en utilisant le programme SPSS (V.20) et à l'aide des outils statistiques suivants :

- Le coefficient **alpha de Cronbach** : pour vérifier la fiabilité et la validité du questionnaire.
- La régression simple : les tests de vérification des hypothèses font appel à des méthodes explicatives, dont la régression simple. En se basant sur l'ajustement linéaire, cette méthode permet de vérifier des relations de cause (variable explicative) à effet (variable expliquée) entre deux variables métriques dont on a proposé un sens dans les hypothèses de recherche (Evrard et al., 2000).

➢ Les attitudes associées au comportement:

L'hypothèse H2 est relative à l'influence que peut avoir les attitudes associées au comportement sur l'intention entrepreneuriale. Ces attitudes englobent l'existence d'une idée et la recherche d'informations.

Les résultats du tableau n° 02 indiquent une corrélation satisfaisante entre les attitudes associées au comportement et l'intention entrepreneuriale (R=23%). R est positif indiquant que les deux variables évoluent dans le même sens.

F calculé est de 23,299 pour un sig. =,010 et la valeur observée de F (3,84 au seuil $\alpha = 0,05$, pour 1 et 417 degrés de liberté)

La valeur observée de F est inférieure à la valeur calculée, nous concluons que les attitudes associées au comportement ont une influence significative sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

D'après le tableau n° 03, nous pouvons concevoir l'équation de l'influence des attitudes associées au comportement sur l'intention entrepreneuriale. Elle se présente comme suit :

Y= 0,230 X+1,002

Y : L'intention entrepreneuriale.

X: Les attitudes associées au comportement

➢ Les normes subjectives:

La troisième relation que nous avons étudiée, concerne l'influence des normes subjectives sur l'intention entrepreneuriale. Cette variable contient les motivations psychologiques et la connaissance de modèles d'entrepreneur.

L'analyse de régression laisse apparaître que la corrélation entre les normes subjectives et l'intention entrepreneuriale est satisfaisante (R=22,9%). R est positif indique que les deux variables évoluent dans le même sens.

F calculé est de 23,003 pour un sig. =,010 et la valeur observée de F (3,84 au seuil $\alpha = 0,05$, pour 1 et 417 degrés de liberté)

La valeur observée de F est inférieure à la valeur de F, nous concluons que les normes subjectives ont une influence significative sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

D'après le tableau n° 04 nous pouvons concevoir l'équation de l'influence des normes subjectives sur l'intention entrepreneuriale. Elle se présente comme suit :

Y= 0,229 X+1,027

Y : L'intention entrepreneuriale.

X: Les normes subjective

- **Les perceptions du contrôle comportemental :**

L'impact des perceptions du contrôle comportemental sur l'intention entrepreneuriale s'exprime par l'hypothèse H3.

Ces perceptions sont opérationnalisées sous forme de variables :

- Formations et programmes en entrepreneuriat.
- Expériences professionnelles et associatives.
- Perceptions de la disponibilité (ou non) des ressources : informations et conseils, ressources financières.

Les résultats statistiques montrent pour notre échantillon, une corrélation faible entre les perceptions du contrôle comportemental et l'intention entrepreneuriale (R=7,1%).

F calculé est de 2,125 pour un sig. =,010 et la valeur observée de F (2,61 au seuil $\alpha = 0,05$, pour 1 et 417 degrés de liberté)

La valeur observée de F est supérieure à la valeur de F calculée, nous concluons que les perceptions du contrôle comportemental ont une influence non significative sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

D'après le tableau n° 05, nous pouvons concevoir l'équation de l'influence des perceptions du contrôle comportemental sur l'intention entrepreneuriale. Elle se présente comme suit :

Y= 0,071 X+1,506

Y : L'intention entrepreneuriale.

X: Les perceptions du contrôle comportemental

V- Conclusion:

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale et jusqu' à la fin des années 1970, les grandes entreprises ont dominé l'économie. La grande taille était considérée comme souhaitable, et la croissance de l'entreprise était jugée comme indispensable pour réaliser l'économie d'échelle.La Petite et Moyenne Entreprise (PME) était perçue comme une simple étape de la vie de l'entreprise. Le climat était plutôt propice pour l'étude de la grande entreprise.

Après la crise des années 70, les recherches se sont orientées vers l'entrepreneuriat et les petites et moyennes entreprises. L'entrepreneuriat est de plus en plus considéré comme l'un des leviers stratégiques à la création des emplois et des richesses au niveau d'une nation. Aujourd'hui l'entrepreneuriat est devenu un enjeu majeur pour plusieurs pays à cause de son rôle primordial dans le développement économique.

La grande flexibilité et les capacités d'innovation permettent aux PME de prendre une place croissante dans l'économie, mais l'entrepreneuriat ne se limite pas à la création d'entreprise. La démarche entrepreneuriale va au-delà de la création d'entreprise (Saporta et Vestraete, 2006). En effet, l'entrepreneuriat concerne de façon générale la gestion de toute entreprise, nouvelle ou existante, petite ou grande.

L'objectif de cette recherche est de déterminer les facteurs prédateurs de l'intention entrepreneuriale chez les anciens étudiants.

Aujourd'hui, l'intention entrepreneuriale constitue un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat. Dans notre travail, nous avons adopté le modèle de Tounès (2003) qui mobilise la théorie du comportement planifié.

Plusieurs remarques s'imposent à la lecture de nos résultats. Tout d'abord, nos résultats montrent que les attitudes influencent significativement l'intention de créer une

entreprise chez les étudiants mais cette influence est presque égale à celle des normes subjectives. Cela signifie :

❖ **Pour les attitudes :**

- L'existence des idées innovantes chez les étudiants: environ 83% de notre échantillon ont des idées ou de projets de création d'entreprise.
- Les étudiants, par le bais de leurs formations (gestion, management, marketing), sont capables de faire des recherches pour mieux formaliser les aspects de leurs projets. L'enquête montre que plus que la moitié des étudiants (63%) ont entamé des recherches d'informations pour concrétiser leurs idées de création d'entreprises.

❖ **Pour les normes :**

- Concernant les motivations : les étudiants sont très motivés et ils perçoivent la création d'entreprise comme un facteur d'autonomie et d'évitement du chômage.
- L'entourage familial est favorable, selon notre échantillon, à la création d'entreprise. Cela s'expliquerait par le fait que les familles algériennes sont conscientes que les opportunités de recrutement sur le marché de travail sont de plus en plus faibles.

❖ **Pour les perceptions :**

Les perceptions du contrôle comportemental n'influencent pas l'intention entrepreneuriale chez les étudiants à cause de :

- Le manque de sensibilisation à l'entrepreneuriat : la formation en entrepreneuriat doit délivrer les compétences techniques en matière d'entrepreneuriat, mais doit aussi et surtout favoriser l'image de l'entrepreneuriat comme un acte désirable et attractif.
- Les expériences professionnelles ou associatives restent toujours limitées. Lors des stages, l'état d'esprit de l'étudiant penche plus vers la carrière salariale que de celle d'un créateur d'entreprise.
- Les moyens financiers et l'expérience restent toujours les deux facteurs qui limitent l'intention entrepreneuriale.

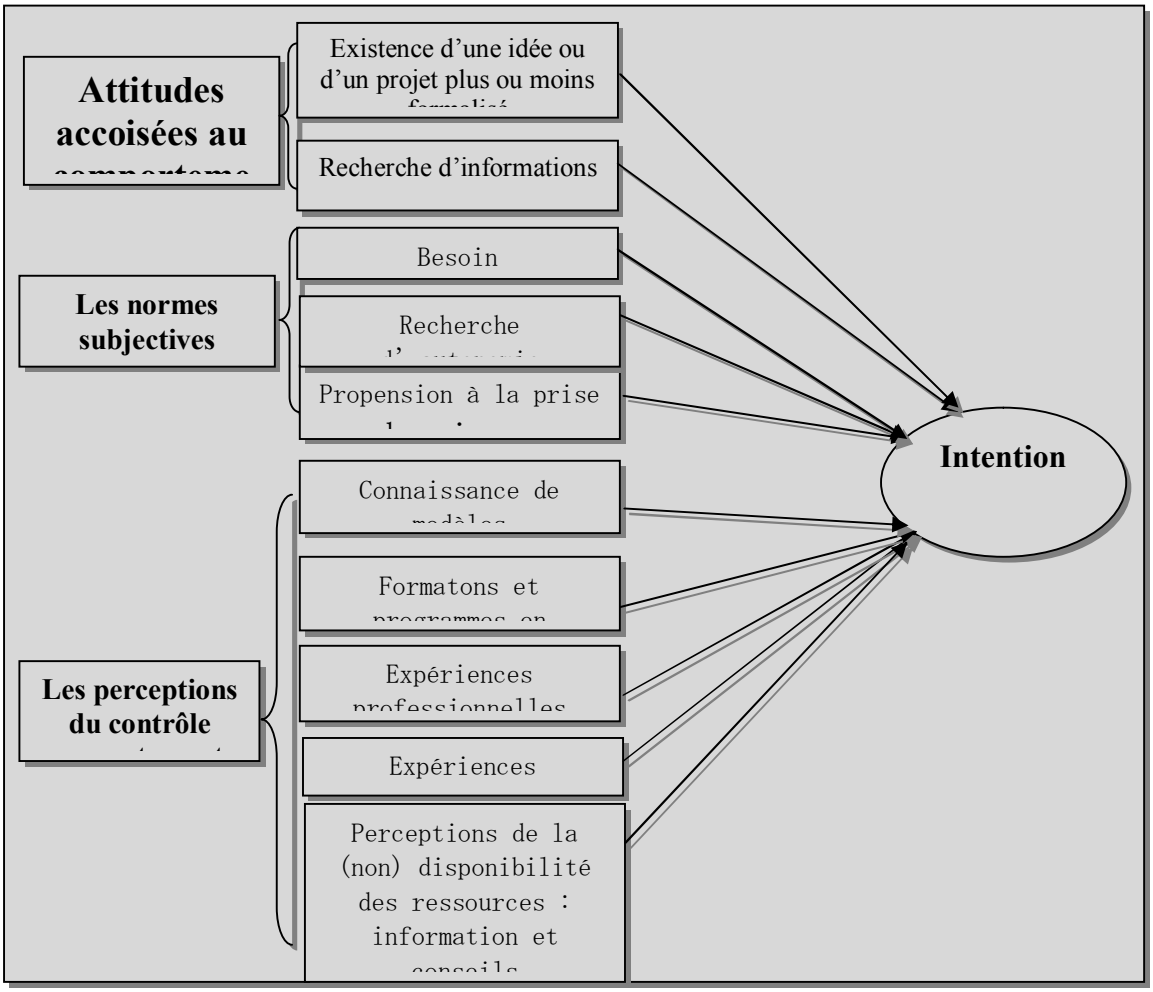
Nos résultats empiriques confirment ceux de d'autres études telles que celles de Kolvereid (1996), Autio et al.(1997), Krueger et al (2000), Filion, Heureux, Youaleu et Bellavance (2002), Tounés (2003), Boissin& Emin (2006).

Le développement de l'entrepreneuriat en Algérie a connu un essor remarquable favorisé par les pouvoirs publics en terme d'encadrement institutionnel, d'aides publiques, de réglementation et de mise à niveau. Or, un déficit de culture entrepreneuriale et de formation est notable. L'université reste l'un des acteurs-clés dans la promotion de cette culture auprès des jeunes. L'université, en tant qu'acteur local de développement doit initier des actions liées à l'entrepreneuriat et à l'innovation. Ces actions diffèrent selon les niveaux d'intervention : actions de sensibilisation, de spécialisation ou d'accompagnement ou selon les objectifs poursuivis : créations d'entreprises ou d'activités, formation de consultants, accompagnateurs spécialisés en entrepreneuriat, etc. (J-P. Boissin et ali.2005).

Pour conclure, la recherche que nous avons menée sur l'intention entrepreneuriale dans la Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales, montre que même s'il existe une forte intention de création chez les étudiants, l'entrepreneuriat en générale et la création des entreprises en particulier, reste encore modeste dans cette population.

- ANNEXES :

Figure n°01 : Le modèle explicatif de l'intention entrepreneuriale de Tounès (2003)



Source : Tounès, « **L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac +5) et des étudiants en DESS CAAE** », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003, p202.

Tableau n°1 : Les modèles d'intention dans le contexte universitaire

Modèles	Questions de recherche	Variables explicatives	Echantillon	Résultats
Kolvereid (1996)	Quels sont les éléments qui influencent l'intention entrepreneuriale ?	L'attitude, à la norme sociale et au contrôle comportemental perçu.	128 étudiants norvégiens en école de commerce	L'intention est significativement corrélée à l'attitude, à la norme sociale et au contrôle perçu. Aucune variable démographique (sexe, expérience du statut, expériences familiales) n'a d'effet significatif statistique sur l'intention

Autio et al.(1997)	Comment se forme l'intention entrepreneuriale : Quels sont les effets (directs ou indirects) des variables influençant le développement de l'intention entrepreneuriale?	L'image de l'entrepreneuriat Les attitudes générales L'environnement universitaire	1956 étudiants (Finlandais, Suédois, Américains et Asiatiques) en sciences techniques.	Les attitudes générales (en particulier le besoin d'accomplissement et celui d'autonomie) influencent fortement la conviction entrepreneuriale. Les variables personnelles les plus importantes sont les expériences de travail en PME, le sexe[11] et l'existence de modèles de rôle[12] La conviction est sans contexte celle qui influence le plus l'intention entrepreneuriale. L'influence de l'âge (et du nombre d'années d'étude) ainsi que celle des expériences professionnelles en PME sont également importantes.
Tkachev (1999) en coopération avec Kolvereid	Quels sont les éléments qui influencent l'intention entrepreneuriale ? Test du modèle de Kolvereid (1996)	Variables explicatives : L'attitude, à la norme sociale et au contrôle comportemental perçu.	567 étudiants russes	Le poids de la faisabilité perçue est plus fort que l'attitude sur l'intention. La norme sociale n'a pas d'effet significatif.
Krueger, Reilly et Carsrud (2000)	Quels sont les éléments qui influencent l'intention entrepreneuriale Test du modèle d'Ajzen	Variables explicatives : L'attitude, à la norme sociale et au contrôle comportemental perçu.	97 anciens étudiants en école de commerce faisant face à un choix de carrières au moment de l'étude.	La faisabilité perçue et l'attitude vis-à-vis de l'action, prédisent l'intention. La faisabilité perçue a un effet plus important que les attitudes sur l'intention.
Tounès (2003)	Quelle est l'influence de programmes ou de formations en entrepreneuriat, au même titre que des variables situationnelles et personnelles, sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.	Les attitudes associées au comportement (les actions qu'entreprennent les étudiants en vue de concrétiser leurs intentions). Les normes sociales (les motivations et les influences sociales) exprimées par le besoin d'accomplissement, la recherche de l'autonomie, la propension à la prise de risque et l'existence de modèles d'entrepreneur. Les perceptions du contrôle comportemental (perception des attitudes et des ressources à l'égard de la faisabilité des projets d'affaire) contenues par les expériences professionnelles et associatives, l'enseignement de l'entrepreneuriat et la disponibilité des ressources (financières, informations et conseils)	178 étudiants de gestion suivant des cursus à dominante entrepreneuriale (bac +5)	Effet positif de la formation sur l'intention entrepreneuriale des étudiants ; les formations et programmes en entrepreneuriat, combinés avec des variables contextuelles et personnelles pertinentes, renforcent les perceptions des aptitudes entrepreneuriales. Ces dernières influencent positivement l'intention entrepreneuriale. L'existence d'une idée ou d'un projet et la recherche d'informations en vue de les formaliser et éventuellement de les concrétiser sont les facteurs qui contribuent le plus à l'explication et à la prédiction de l'intention entrepreneuriale.
Emin (2003)	Quelles est l'influence de l'environnement	La désirabilité et la faisabilité	Des chercheurs publics	Le degré de désirabilité de l'acte contribue davantage à la prédiction de l'intention de créer

	universitaire sur la création d'entreprise par des chercheurs publics ?			des chercheurs en sciences dures que les perceptions de la faisabilité.
Filion et al (2003)	Quelles sont les perceptions des étudiants vis-à-vis l'entrepreneuriat comme projet de carrière ?	Les perceptions des étudiants	487 étudiants de l'Université de Montréal et de ses écoles affiliées	Plus de la moitié des étudiants ont l'intention de créer éventuellement une entreprise. La perception qui y est associée apparaît être celle qui permet plus d'indépendance, qui donne la possibilité de gérer sa vie de travail selon ses croyances, ses besoins et ses valeurs propres. L'intention est souvent expliquée par la croyance de pouvoir mieux se réaliser en choisissant l'avenue entrepreneuriale. Plus de 70% ignorent la présence des centres d'entrepreneuriat dans leurs institutions universitaires ainsi que les services offerts.
Audet (2004)	Quelle est l'influence de la désirabilité et de la faisabilité de lancement d'une entreprise sur la formation d'une intention entrepreneuriale ?	La désirabilité et la faisabilité de lancement d'une entreprise	Etude longitudinale sur les étudiants universitaires inscrits à un programme d'administration des affaires. Les données ont été recueillies à deux reprises: au cours du dernier semestre à l'école, puis 18 mois plus tard, lorsque les étudiants avaient obtenu leur diplôme et ont commencé à travailler à temps plein.	Les perceptions de désirabilité et de la faisabilité de lancement d'une entreprise expliquent de façon significative la formation d'une intention de se lancer en affaires sur un horizon à long terme. Les deux perceptions ne parviennent pas à expliquer à un degré significatif l'intention de se lancer en affaires. Les intentions d'entreprise et les perceptions varient au fil du temps. Le lien entre les intentions entrepreneuriales et la création d'entreprise réelle peut s'avérer difficile à établir.
Weber et al (2009)	Quelle est l'influence de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des élèves?	Les croyances et signaux	189 étudiants qui suivent un cours obligatoire d'entrepreneuriat dans une grande université allemande	De fortes croyances ex ante et des signaux cohérents aboutissent à des intentions ex post plus fortes. Les changements dans les intentions durant le cours ont tendance à être plus faible si les signaux ex ante sont forts et si les signaux reçus par les étudiants sont conformes.
Boissin et al (2009)	Quelles sont les croyances et attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat ?	L'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'a l'individu en sa capacité de mener à bien le processus entrepreneurial	655 étudiants grenoblois	L'effet significatif de la variable « attrait » dans l'explication de l'intention de créer son entreprise. Les types d'attentes professionnelles et les tâches critiques pour réussir une création d'entreprise ont la plus grande influence sur le sentiment qu'a l'étudiant d'être capable de créer à l'issue de ses études

Tableau n°02 : Le genre, l'âge et l'origine des répondants

		%
Le genre	Homme	**38,2**
	Femme	**61,8**
L'âge	Entre 20 et 25 ans	**79,5**
	Entre 25 et 30 ans	**16,7**
	Plus de 30 ans	**3,8**

Tableau n°03 : Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport aux attitudes associées

Variables introduites	Attitude

Variable dépendante : intention

Analyse de la variance

	ddl	R	F	sig
Les valeurs	**418**	**,230**	**23,229**	**,000**

Analyse de Coefficients

Variables	Bêta	sig
attitude	**0,230**	**0,000**
Constante (A)	**1,002**	

au comportement

Tableau n°04 : Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport aux normes Subjectives

Variables introduites	Normes subjectives

Variable dépendante : Intention

Analyse de la variance

	ddl	R	F	sig
Les valeurs	**418**	**0,229**	**23,003**	**,000**

Analyse de Coefficients

Variables	Bêta	sig
normes	**0,229**	**0,000**
Constante (A)	**1,027**	

Tableau n°05: Régression simple de l'intention entrepreneuriale par rapport aux perceptions du contrôle comportemental.

Variables introduites	contrôle.

Variable dépendante :intention.

Analyse de la variance

	ddl	R	F	sig
Les valeurs	**418**	**0,071**	**2,125**	**,146**

Analyse de Coefficients

Variables	Bêta	sig
Contrôle	**0,071**	**0,146**
Constante (A)	**1,506**	

- Références Bibliographiques:

- Ajzen , **«The theory of planned behavior»**, Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol. 50, 1991
- AjzenetFishbein, **« Understanding attitudes and predicting social behavior»**, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1980.
- Boissin et Al, **« Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique»**, Cairn.info ,2009/1 - Vol. 12,2009.
- Bourguiba, **« de l'intention a l'action entrepreneuriale : approche comparative aupres de TPE français et tunisiennes »**, Thèse de Doctorat ès Nouveau Régime Sciences de Gestion de l'Université de NANCY 2, décembre 2007 .
- Bruyat , **« Création d'entreprise : contribution épistémologiques modélisation »**, thèse de doctorat ès sciences de gestion, université de Grenoble II, ESA.. 1993.
- Emin, **« La création d'entreprise : une perspective attractive pour les chercheurs publics »**Revue Finance Contrôle Stratégie Volume 9, n° 3, 2006.
- Emin ,Boissin, Chollet, **«le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action»** XIV^{ème} conférence internationale de management stratégique, pays de la Loire, 2005.
- Fayolle, **Entreprendre : apprendre à entreprendre, les éditions de DUNOD**, janvier 2004.
- Fayolle, **« Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches »**, *7ème CIFEPME, Montpellier*, 27-29 octobre2004.
- Fayolle et Verstraete, **« paradigmes et entrepreneuriat »**, revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N° 01,2005.
- Gasse, **« L'influence du milieux dans la création d'entreprises »,** Université Laval,2003.
- Krueger et Carsrud,**«Entrepreneurial intentions: applying the theory of planed behavior »**, *Entrepreneurship and Regional Development,* vol.5,1993.
- Krueger , Reilly et Carsrud , **« Entrepreneurial intention: a competing models approach »**, Journal of Business Venturing, 15(5/6), 2000.
- Maalaoui, Bourguiba et Safraoui, **« L'intention entrepreneuriale chez les seniors : le cas français »**, 7ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation Paris, 12-15 octobre 2011.
- Shapero et Sokol , **«The social dimension of entrepreneurship»**, in : The Encyclopedia of entrepreneurship, Kent, C.A., D.L. Sexton & K.H. Vesper (Eds.), Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall,1982.
- Tounes. A, **« L'intention entrepreneuriale : théories et modèles »**, dans Zghal. R., L'entrepreneuriat : théories, acteurs, pratiques, Sanabil Med SA, 2007, P73-95.

- Notes:

[1]. Selon l'expression de Boudabbous (2011).

[2]. Selon le Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement (2013), le bulletin d'information statistiques du PME n°23.

[3]. Theory Of Planned Behaviour (TOPB).

[4]. Revues comme **l'Internationales Gewerbearchiv. Zeitschiftfür Klein undMittelunternehmen**, créée en 1953, **le Journal of Small business Management**, créé en 1963, **Entrepreneurship : Theory and Practice**, créé en 1976, sans compter les quatre revues créées coup sur coup entre 1988 et 1989, soit la Revue **Internationale P.M.E.**, **Entrepreneurship and RegionalDevelopment, PiccolaImpresa** et **le Journal of Business Venturing.**

[5]. Le « Global Entrepreneurship Monitor » (GEM) ou projet de suivi global de l'entrepreneuriat. Il a pour but de réunir les meilleurs experts mondiaux pour étudier les relations complexe entre l'entrepreneuriat et la croissance économique » (GEM, 2002).

[6]. Capron. H, Entrepreneuriat et création d'entreprise : facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, Editions De boeck, Paris, 2009.

[7]. Tounes. A, « L'intention entrepreneuriale : théories et modèles », dans Zghal. R., L'entrepreneuriat : théories, acteurs, pratiques, Sanabil Med SA, 2007, P77.

[8]. Niveau bac+5 en Instituts d'Administration des Entreprises, Départements des Sciences Economiques et d'Administration Economique et Sociale.

[9]. Tounes. A, op.cit, P.87.

[10]. Grâce notamment aux conférences réalisées par certains professionnels, des séminaires ou journées d'études, de l'expérience partagée de certains enseignants ayant de l'expérience professionnelle ou travaillent actuellement en entreprise, etc.
[11]. Les hommes sont plus enclins à l'entrepreneuriat que les femmes.
[12]. Exemple: Parent entrepreneur.