

Les facteurs stimulants l'intention entrepreneuriale des étudiants suivant une formation en entrepreneuriat : cas de l'Université de Bejaia

The factors stimulating the entrepreneurial intention of students following an entrepreneurship training: case of the University of Bejaia

Nacera NASROUN ^{1*}, Moussa BOUKRIF ²

¹Laboratoire Economie et Développement, Université de Bejaia- Algérie,
nacera.nasroun@univ-bejaia.dz

²Laboratoire RMTQ, Université de Bejaia- Algérie,
moussa.boukrif@univ-bejaia.dz

Reçu le: 01/06/2022

Accepté le:28/06/2022

Publié le:15/07/2022

Résumé :

Laplupart des gouvernements insistent sur la nécessité de sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat afin de stimuler l'intention entrepreneuriale. Cette dernière constitue le meilleur prédicteur de tout comportement entrepreneurial et occupe une place stratégique dans le système d'action de l'individu .

Cette étude essaye d'expliquer les facteurs déterminants de la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia, suivant une formation en entrepreneuriat. Pour ce faire, la théorie du comportement planifié d'AJZEN (1991), par ses trois déterminants principaux de l'intention prône notre recherche. A travers l'enquête réalisée par questionnaire auprès d'un échantillon de 80 étudiants de master et L3, nous avons constaté l'importance des attitudes associées au comportement, l'influence de l'entourage ainsi que l'importance des perceptions du contrôle comportemental dans l'intention entrepreneuriale.

Mots clés: Attitude comportementale, Environnement familial, Formation en entrepreneuriat, Intention entrepreneuriale, sentiment d'Auto-efficacité, TCP.

Abstract:

Most governments insist on the need to educate students about entrepreneurship in order to stimulate entrepreneurial intention. The latter is the best predictor of any entrepreneurial behavior and occupies a strategic place in the individual action system.

This study tries to explain the determining factors of the formation of the entrepreneurial intention of the students of the University of Bejaia, following a training in entrepreneurship. To do this, Ajzen's theory of planned behavior (1991), through its three main determinants of intention, advocates our research. Through the questionnaire survey of a sample of 80 master's and L3 students, we observed the importance of attitudes associated with behavior, the influence of the entourage as well as the importance of perceptions of behavioral control in entrepreneurial intention.

Keywords: Behavioral attitude, Family environment, Entrepreneurship training, Entrepreneurial intention, feeling of self-efficacy, TPB.

*Auteur correspondant.

1. Introduction :

L'entrepreneuriat a connu ces dernières années une importance accrue dans les pays du monde vue ses avantages qui sont nombreux. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le développement économique. En effet, il est l'un des leviers stratégiques visant à redynamiser les entreprises, les institutions et les individus. Il contribue au renouvellement des entreprises, participe à la création d'emplois et à la réinsertion sociale, réduit la pauvreté et améliore les conditions de vie sociale. En tant que discipline académique, les attentes convergent vers l'enseignement et la recherche.

Ainsi, la plupart des gouvernements ont pour priorité commune de promouvoir l'entrepreneuriat, de stimuler l'activité économique et d'assurer la disponibilité des moyens nécessaires afin de faciliter aux preneurs de projets la concrétisation de leurs idées innovantes de création. D'ailleurs, ils insistent sur la nécessité de sensibiliser davantage les étudiants à l'entrepreneuriat afin de stimuler la création de valeur et, par conséquent, le développement économique. Cette catégorie de la population peut constituer une partie de futurs entrepreneurs après l'obtention de leurs diplômes et c'est une catégorie sur laquelle il est possible d'agir à travers des formations ayant pour objectif d'inculquer la culture entrepreneuriale, de développer des capacités entrepreneuriales et de renforcer l'esprit d'initiative et de création d'entreprises.

L'intention entrepreneuriale des individus est considérée comme un meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial du fait qu'elle constitue la phase amont de tout processus entrepreneurial. En effet, l'intention occupe une place stratégique dans le système d'action de l'individu, dans le sens où elle fait la liaison entre l'abstrait et le concret. Plusieurs chercheurs en entrepreneuriat (SHAPERO & SOKOL, 1982 ; AJZEN , 1991 ; TOUNES, 2003 ; EMIN, 2003) ont clairement démontré que toute démarche entrepreneuriale est nécessairement intentionnelle et ont ainsi identifié les facteurs explicatifs de cette intention.

Dans cette perspective, il nous semble nécessaire de nous attarder sur les facteurs déterminants de la volonté des étudiants à s'inscrire dans une activité entrepreneuriale, comme piste professionnelle d'où notre problématique qui consiste à expliquer et de comprendre les facteurs qui influencent la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants suivant une formation en entrepreneuriat.

Pour ce faire, nous avons scindé cette contribution en deux volets à savoir le volet théorique qui comporte sur la revue de littérature et le cadre conceptuel de notre problématique. Par contre le deuxième volet est dédié à la prospection du terrain via une enquête d'ordre quantitatif (questionnaire) auprès des étudiants de 3ème année licence, master I et master II suivant une formation entrepreneuriale à l'université de Bejaia. Les données recueillies sont traitées et analysées à l'aide du logiciel SPSS.

2. Définition et place de l'intention dans le processus entrepreneurial

Dans ce point, nous commençons par la définition de l'intention entrepreneuriale puis nous présentons la place de celle-ci dans le processus entrepreneurial.

2.1 Définition de l'intention entrepreneuriale

Au sens épistémologique, l'intention vient du verbe latin *intendere* qui signifie "tendre vers". Littéralement, c'est le fait de « *tendre vers quelque chose* »(MOREAU & RAVELEAU, 2006, p. 105). Elle est la volonté tendue vers un certain but (TOUNES, 2003,

p. 55). L'intention transforme la vision en but et l'oriente vers l'action en combinant les moyens nécessaires d'une manière à réaliser un projet. En effet, une intention authentique est toujours suivie d'effet, sauf que si l'acte est impossible ou empêché par un obstacle indépendant de la volonté de l'agent (MOREAU & RAVELEAU, 2006, p. 105).

Dans le domaine entrepreneurial, le concept d'intention a été mobilisé par de nombreux chercheurs vu son caractère prédictif du comportement entrepreneurial (KRUEGER & CARSRUD, 1993, p. 316). De ce fait, le comportement est précédé par un esprit motivationnel dont l'intention constitue une étape nécessaire. Cette dernière traduit une véritable motivation à l'action, un état d'esprit et une pensée qui oriente les comportements des individus vers l'action. Il convient de souligner que la relation intention-comportement est une relation entre un événement mental et une action observable.

L'intention entrepreneuriale est généralement associée à la création d'une nouvelle entreprise ou la création de nouvelles valeurs dans une entreprise existante. Elle est considérée comme une force motrice de l'activité entrepreneuriale (DELLE & MONIPAAMADU, 2015, p. 3). Elle est définie par BIRD, (1988, p. 442) comme un état d'esprit orientant l'attention, l'expérience et le comportement d'une personne vers un objectif spécifique (but) ou une nouvelle organisation et une nouvelle façon de l'atteindre (moyens). Dans le même contexte, Elle est définie par (KRUEGER N., 1993, p. 6) comme « *le degré d'engagement envers un comportement de se lancer dans une activité entrepreneuriale* ». Cette notion peut être approchée de façon plus large comme le propose BIRD (1988, p. 443) « *les intentions entrepreneuriales sont destinées soit à créer une nouvelle entreprise soit à créer de la valeur dans une entreprise existante* ». Elle est aussi définie par CRANT (1996, p. 43) comme les jugements des individus portant sur la possibilité de concrétiser, un jour, leurs propres projets d'entreprises. En d'autres termes, l'intention entrepreneuriale est le produit d'un processus cognitif relevant d'une volonté personnelle de créer une entreprise mais également de facteurs contextuels et environnementaux (MAHMOUDI, L'intention entrepreneuriale des étudiants maghrébins : une approche comparée (cas de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie), 2019, p. 29).

Pour notre part, l'intention entrepreneuriale relève des différents scénarios imaginaires que l'individu projette afin de réaliser des objectifs envisagés. Cette intention est une conception mentale menant à une création concrète d'entreprise. En effet, elle fait la liaison entre l'abstrait et le concret. Donc, c'est une vision individuelle qui permet d'envisager la voie entrepreneuriale comme une possibilité de carrière.

2.2 L'intention entrepreneuriale : une phase en amont du processus entrepreneurial

L'intention entrepreneuriale occupe une place extrêmement importante dans la décision de création d'une entreprise. Elle constitue la première étape nécessaire pour créer une organisation. En s'appuyant sur les travaux d'EMIN (2003), nous pouvons distinguer deux phases principales : La phase intentionnelle et la phase d'engagement.

✓ *La phase intentionnelle* : s'intéresse à la transformation d'une simple perception (vision) de création en une véritable intention de création. Cette dernière constitue une phase forte du processus entrepreneurial (TOUNES, 2003, p. 13). Elle est l'élément central en amont de la décision de se lancer dans une aventure entrepreneuriale. Lorsqu'une intention réussit, elle se traduit

automatiquement par une décision de réaliser une certaine action plus tard (SALEH, 2011, p. 68). HERNANDEZ & MARCO (2006, p. 9) précisent que « *le pont entre l'intention et l'action c'est la décision, le moment du choix, de l'exercice d'une liberté d'acteur* ». La décision de créer implique la manifestation des comportements entrepreneuriaux en vue de concrétiser un projet d'entreprise.

✓ *Phase d'engagement* : A partir du moment où l'entrepreneur exprime une intention entrepreneuriale claire et explicite de créer son entreprise, il prend la décision effective de monter son projet et un processus d'engagement progressif se met en place jusqu'à la création réelle et le démarrage de son activité. L'engagement constitue l'élément reliant la décision de création à l'acte de création. Il est ainsi indispensable pour l'accomplissement du comportement.

3. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale

Depuis quelques décennies, des travaux se succèdent en vue d'expliquer l'intention entrepreneuriale à travers l'identification des facteurs prédictifs de l'acte d'entreprendre chez les jeunes étudiants. En effet, l'intention entrepreneuriale peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

✓ L'effet de la formation sur l'intention entrepreneuriale

Aujourd'hui, tout le monde reconnaît l'importance de l'entrepreneuriat et lui accorde plus d'intérêt dans les établissements universitaires. L'entrepreneuriat n'est pas uniquement un champ de recherche, mais également peut faire l'objet d'un enseignement académique et/ou pratique (Senicourt & Verstraete, 2000). L'introduction des formations entrepreneuriales dans les universités a connu une croissance sans cesse dans tous les pays. Ces formations constituent l'un des piliers du développement de l'esprit d'entreprendre et de la culture entrepreneuriale. En effet, elles permettent d'influencer directement les aptitudes, les attitudes, les perceptions des individus quant à leurs orientations ainsi que le choix de leurs carrières (TOUNES, 2003). Ce point de vue est affirmé également par RASMUSSEN & SORHEIM (2006) en précisant que l'enseignement de l'entrepreneuriat, dans les écoles et les universités, influence les attitudes, modifie les comportements et change les croyances des jeunes étudiants quant à l'entrepreneuriat, et leur facilite l'assimilation et l'accessibilité au phénomène entrepreneurial. Dans le même ordre d'idées, M. LAUKANNEN considère que l'éducation entrepreneuriale est un moyen d'apprentissage et de facilitation qui permet d'accéder aux pratiques entrepreneuriales. Elle permet d'éclaircir le « quoi faire » et la manière de le réaliser (LAUKANNEN, 2000, pp. 26-27). Également, les résultats d'une étude réalisée par MAHMOUDI (2019, p. 123) montrent que le suivi des formations en entrepreneuriat augmente sensiblement l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Car celles-ci constituent un support permettant le développement des compétences et des connaissances techniques, mais aussi un moyen de fomenter et d'inciter l'esprit d'entreprendre chez les jeunes diplômés (MAHMOUDI & BOUKRIF, 2016, p. 43). Pour eux, la formation entrepreneuriale vise à influencer beaucoup plus les attitudes et rendre l'acte d'entreprendre plus désirable que faisable (capacité). De plus, les compétences entrepreneuriales, dans leur ensemble, influencent significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants. Cependant, celles-ci sont plus fortes chez les étudiants ayant suivi des formations en entrepreneuriat comparées à ceux qui ne l'ont pas fait ; avec un effet plus important sur l'intention. En somme, l'enseignement et la formation en entrepreneuriat semble augmenter sensiblement l'intention entrepreneuriale des étudiants (MAHMOUDI, 2019, p. 123).

✓ *L'auto-efficacité et l'intention d'entreprendre*

Le sentiment d'efficacité personnelle traduit les croyances d'un individu en ses capacités à choisir et à réaliser une activité entrepreneuriale, elle peut avoir une influence sur ses préparations pour l'accomplir et sur l'effort qu'il met en place durant l'activité en question (Bandura, 1977, p. 194). En effet, la croyance d'un individu en sa capacité peut affecter son niveau d'implication et sa volonté de fournir les efforts nécessaires à l'atteinte d'une performance ou d'un but (MEYER & VERLHIAC, 2004, p. 120). C'est avoir la conviction en ses aptitudes pour adopter un comportement, réaliser une action et atteindre un résultat souhaité. Le sentiment d'efficacité personnelle encourage l'initiative et la persévérance en situation d'incertitude et le dépassement de soi par la formulation d'objectifs à atteindre. Il a aussi un lien avec la saisie d'opportunités, la prise de risque et les choix de carrière (VAN HAEPEREN, MEUNIER, & MOSTY, 2019, p. 78).

Plusieurs recherches menées ces dernières années ont démontré avec succès le pouvoir prédictif des perceptions d'auto-efficacité dans la formation des intentions entrepreneuriales (SANCHEZ, 2011, p. 242). Selon de nombreux auteurs, l'auto-efficacité est un antécédent déterminant de l'intention. Pour (MEYER & VERLHIAC, 2004, p. 122), elle est un prédicteur des intentions comportementales ou du comportement lui-même. Dans le même contexte, (BOYD & VOZIKIS, 1994) précisent que les croyances d'efficacité quant à la probabilité de succès ou l'échec peuvent influencer le développement des intentions entrepreneuriales. De façon générale, les personnes ayant une auto-efficacité entrepreneuriale élevée sont plus susceptibles de s'engager et de persister dans une carrière entrepreneuriale par contre ceux qui manifestent un faible sentiment d'auto-efficacité ne seront pas intéressés par cette carrière. Dans la même veine, (ZHAO, SEIBERT, & HILLS, 2005, p. 1270) ont constaté, lors d'une étude réalisée sur le rôle médiateur de l'auto-efficacité dans le développement des intentions entrepreneuriales, que les individus qui choisissent ou qui ont l'intention de devenir entrepreneurs ont la conviction de pouvoir réussir dans ce rôle, c'est-à-dire qu'ils ont une auto-efficacité élevée. Dans ce sens, l'auto-efficacité est un déterminant important des comportements entrepreneuriaux réussis étant donné que l'incitation à agir est plus grande lorsque les entrepreneurs croient que leurs actions auront des résultats favorables et propices (SANCHEZ, 2011, p. 242).

✓ *Le genre et l'âge des preneurs des projets*

Selon de nombreux chercheurs, l'âge et le genre ont un effet sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. L'âge est un facteur important pour expliquer la formation de l'intention entrepreneuriale (TORNIKOSKI & al., 2012, p. 101). LEVESQUE et MINNITI (2006) ont soutenu que l'âge est un facteur déclencheur des comportements entrepreneuriaux. D'après leurs données empiriques, les jeunes sont plus susceptibles de créer une nouvelle entreprise que les plus âgés. Autrement dit, il y a une relation négative entre l'attitude entrepreneuriale et l'âge. De même, pour ROTEFLOSS et KOLVEREID (2005, p. 124) leurs résultats indiquent qu'il existe une corrélation négative entre l'âge et l'intention entrepreneuriale ; les individus les plus jeunes disposent d'une intention plus élevée avec moins de compétences pour les comportements entrepreneuriaux tandis que les plus âgés expriment une faible intention avec des compétences plus élevées. D'après eux, l'intention entrepreneuriale diminue avec l'âge de manière linéaire (Rotefloss & Kolvereid, 2005). D'après ces visions, nous pouvons conclure que plus l'individu avance dans l'âge,

plus il aura une intention entrepreneuriale moindre et faible. Alors que d'autres auteurs tel que TORNIKOSKI et al. (2012, p.101) ont montré que ce n'est pas le cas. C'est-à-dire que l'impact n'est pas d'une façon linéaire car au départ l'âge a un impact négatif significatif sur l'intention entrepreneuriale jusqu'à ce que la personne atteint la quarantaine, sachant que l'impact décroît année après année puis après l'âge de 45 ans, l'effet de l'âge n'est plus significatif sur l'intention entrepreneuriale.

Le genre est une variable qui a suscité également l'intérêt concernant son impact sur l'intention entrepreneuriale et a fait l'objet de diverses études, avec des résultats distincts. Dans une étude réalisée en 2011 par NAFA et al. (2018) visant à comparer les intentions d'entreprendre des étudiants algériens, canadiens (Québec) et européens (France et Belgique), ils ont constaté que les hommes ont davantage l'intention d'entreprendre et que l'âge a également un effet positif et significatif sur l'intention (NAFA, et al., 2018, p. 27). De même, l'étude de MALEBANA (2015) montre que les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'afficher des intentions plus élevées de créer une entreprise. C'est-à-dire que les hommes sont plus enclins à l'entrepreneuriat que les femmes.

✓ *L'influence de l'entourage*

La présence de modèles entrepreneuriaux dans l'entourage a une influence sur les intentions et les comportements entrepreneuriaux des individus. La famille joue un rôle essentiel dans la vie d'un individu car elle constitue la première expérience sociale de celui-ci. Les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs ont tendance à reproduire les schémas parentaux et ils sont plus disposés à entreprendre, non pas parce qu'ils ont des capacités élevées et des compétences entrepreneuriales mais parce que le contact parental a rendu le choix de devenir entrepreneur accessible. En effet, le milieu familial notamment les parents et les rapports qu'entretenait la personne avec ses proches constituent une motivation pour le choix d'une carrière entrepreneuriale et jouent un rôle très puissant dans la formation de la désirabilité des actions entrepreneuriales. FAYOLLE (2003, p. 64) a précisé que les influences que peut exercer la famille sont souvent déterminantes et que fréquemment les entrepreneurs appartiennent à des familles d'entrepreneurs. De même, Danner & Schutz (2017, p. 115) montrent que l'intensité de l'intention entrepreneuriale des individus ayant un entrepreneur dans leur famille était supérieur à celle des individus qui n'avaient pas d'entrepreneur dans leur famille. C'est-à-dire que les personnes issues de familles d'entrepreneurs sont généralement davantage susceptibles que les autres de se lancer dans l'entrepreneuriat car ils disposent le plus souvent de capital humain, social et financier leur permettant d'être dans de meilleures conditions pour occuper ce statut d'emploi et y réussir. Par ailleurs, le milieu familial peut développer des attitudes négatives chez les individus à l'égard d'une carrière entrepreneuriale dans le cas où l'un des membres de la famille échoue dans son rôle d'entrepreneur. Donc, la présence d'un modèle d'entrepreneur dans l'entourage peut prédire soit la préférence ou bien la réticence envers une carrière entrepreneuriale chez les individus.

Également, le réseau relationnel outre que le réseau familial est l'un des facteurs pouvant stimuler l'intention entrepreneuriale des individus. Ce réseau est considéré comme un moyen qui permettra l'obtention des informations, l'accès aux opportunités et aux technologies, aux sources d'innovation et aux ressources nécessaires à la création. Le réseau relationnel, dont les personnes ayant une expérience dans le domaine, prodigue des

conseils, des encouragements et ravive l'enthousiasme de preneur du projet. Dans la même vision, FAYOLLE (2003, p. 67) affirme que « *les relations personnelles et professionnelles constituent des éléments facilitateurs et catalyseurs qui permettent à l'entrepreneur de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures* ». En synthèse, le réseau relationnel constitue une condition indispensable pour que l'entrepreneur puisse réaliser son projet car il lui procure une variété de ressources utilisables pour évaluer la viabilité et la faisabilité de l'idée initiale et pour faire face aux entraves qui empêchent la concrétisation de l'idée et l'aboutissement à une création fictive.

4. Cadre conceptuel et hypothèses de la recherche

Le modèle du comportement planifié d'AJZEN est l'un des modèles les plus pertinents dans la prédiction de l'intention entrepreneuriale et l'étude de la création d'entreprise. Le modèle élaboré par AJZEN (1991) comprend trois variables qui précèdent la formation de « l'intention comportementale » qui pourrait être décrite comme « *...instructions que les gens donnent à eux-mêmes de se comporter, elle représente la motivation du plan conscient d'une personne à exercer un effort pour effectuer le comportement* » (Triandis, 1980, p. 203). Cette intention, à son tour, prédit et influence le comportement, à savoir :

- La première variable est l'attitude personnelle envers le comportement qui implique le degré d'évaluation ou d'aspiration, favorable ou défavorable, envers l'adoption ou non du comportement en question ;
- La deuxième variable correspond à la norme subjective qui désigne la pression sociale perçue par un individu à adopter (ou pas) certains comportements.
- Quant à la troisième variable, il s'agit du contrôle perçu, qui correspond à la perception de l'individu quant à la facilité ou la difficulté de réaliser un comportement spécifique.

Aussi, dans notre approche, nous avons utilisé ces trois déterminants principaux de l'intention qui sont les attitudes comportementales, les normes sociales et le contrôle perçu.

➤ *Les attitudes comportementales*

Le développement des comportements et attitudes tels que l'existence d'une idée et la recherche d'informations concernant le projet, sont au cœur de l'entrepreneuriat. Les attitudes comportementales contribuent significativement à la prédiction de l'intention de créer une entreprise d'où notre première hypothèse :

H1 : Les attitudes comportementales influencent positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.

➤ *Les normes sociales :*

Le réseau familial et relationnel est l'un des facteurs pouvant conduire un individu à se lancer dans une aventure entrepreneuriale. Il joue un rôle très puissant dans la formation de la désirabilité des actions entrepreneuriales. En effet, il peut être considéré comme un facteur stimulant de l'intention entrepreneuriale d'où notre hypothèse :

H2 : l'environnement familial et relationnel influence positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants.

➤ *Le contrôle comportemental*

L'enseignement de l'entrepreneuriat est un outil essentiel pour développer l'esprit d'entreprendre. Il permet aux étudiants de développer de compétences entrepreneuriales et

de nouvelles attitudes et de renforcer leurs perceptions des aptitudes entrepreneuriales. Notre troisième hypothèse est :

H3 : la formation en entrepreneuriat influence positivement l'intention entrepreneuriale.

L'auto-efficacité est un prédicteur des intentions comportementales ou du comportement lui-même. Elle fait référence au degré avec lequel la personne croit en ses capacités de pouvoir mener à bien la création d'une entreprise. Ainsi, nous pouvons formuler l'hypothèse suivante :

H4 : les croyances d'un étudiant en ses capacités affectent positivement la formation de l'intention entrepreneuriale.

5.Choix de l'échantillon et analyse des résultats de l'enquête

Pour les besoins de notre étude, nous avons mené une enquête le mois de Mars 2020 auprès des étudiants de 3ème année licence, master I et master II suivant une formation entrepreneuriale. Le choix de cet échantillon s'explique par le fait que ces étudiants peuvent intégrer le monde du travail dès qu'ils auront leurs diplômes soit de licence ou de master. La collecte des informations a été faite par la distribution de questionnaire d'une manière aléatoire sur un échantillon de 100 étudiants d'une population totale de 253 individus inscrits en entrepreneuriat. Cette méthode consiste à choisir les individus les plus accessibles et les plus disponibles. Nous avons pu récupérer 86 questionnaires, seulement 80 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 93%. Le reste a fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude, vu le manque de leur crédibilité non exploitables. Par contre, nous n'avons pas pu récupérer le reste des questionnaires distribués suite à la pandémie sanitaire du COVID 19. Les données recueillies sont traitées et analysées à l'aide du logiciel SPSS.

5.1 Répartition des étudiants enquêtés selon l'âge

Notre échantillon est composé d'étudiants donc il s'agit dans l'ensemble d'une population jeune, sans aucune différence d'âge assez importante. Nous constatons que la plupart soit 71,25% des étudiants ont un âge variant entre 21 et 25 ans, car c'est l'âge moyen pour un étudiant qui est inscrit en 3ème année licence et en master, 13,75% des étudiants ont déclaré avoir plus de 25 ans et enfin quelques-uns (soit 15%) n'ont pas souhaité annoncer leur âge.

5.2 Répartition des étudiants selon le niveau d'étude

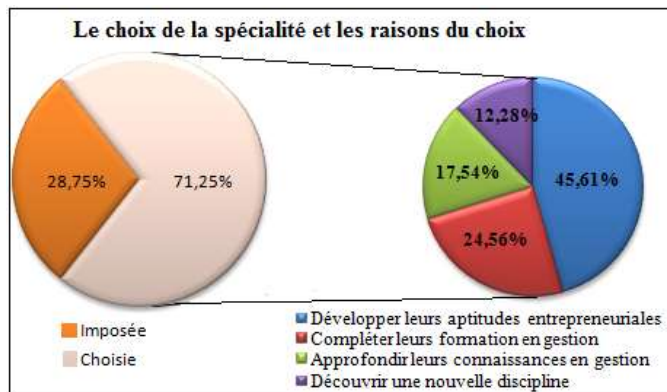
Notre enquête a touché plus des étudiants inscrit en 3ème année soit 47,5 % et cela s'explique par le fait que le pourcentage d'étudiants inscrit en ce niveau est relativement plus élevé que les autres paliers, suivi de ceux inscrit en master I avec un taux de 32,5 % des enquêtés, enfin la part la plus faible (soit 20 %) concerne les étudiants de Master II et cela revient à la non disponibilité de ceux-ci et leur absentéisme vue qu'ils n'ont pas des cours à suivre durant le deuxième semestre et la réalisation de leurs enquêtes de terrains et stages.

5.3 Le choix de la spécialité entrepreneuriale

La plupart des étudiants enquêtés soit 71,25% ont choisi la spécialité entrepreneuriale, parmi ceux-ci 46,61% voit que celle-ci est nécessaire pour développer leurs aptitudes entrepreneuriales, 24,56% des enquêtés ont choisi cette spécialité afin de compléter leurs formations en gestion par une formation entrepreneuriale, et 17,54% des répondants pour approfondir leurs connaissances en gestion et 12,28% pour découvrir une

discipline qui les intéresse. Par contre, pour les 28,75% des enquêtés leur discipline d'étude a été imposée, ce n'était pas leurs choix d'étude.

Graphique N°01 : Le choix de la spécialité et les raisons du choix.

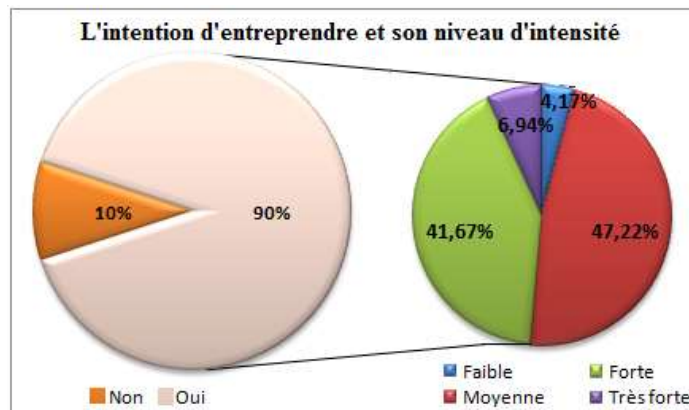


Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

5.4 Répartition des étudiants selon l'intention d'entreprendre

D'après les résultats de notre enquête, nous trouvons des étudiants avec des opinions formées et tranchées quant à leurs choix de vie professionnelle future. Nous constatons que 90% des enquêtés ont une vision d'entreprendre dans le futur afin d'améliorer leurs situations financières et de réaliser leurs rêves et objectifs et d'avoir un emploi stable. Parmi ceux-ci, près de la moitié (soit 47,22%) manifestent une intention moyenne, 41,67% et 6,94% des enquêtés ont une intention forte et très forte respectivement. Enfin, 4,17% des enquêtés ont déclaré avoir une intention de création faible. Le reste des répondants (soit 10%) n'ont pas l'intention de démarrer un jour une entreprise puisqu'ils n'ont pas d'idée fixe sur la création d'une entreprise et ont choisi pour leurs carrières professionnelles d'être des salariés dans des entreprises.

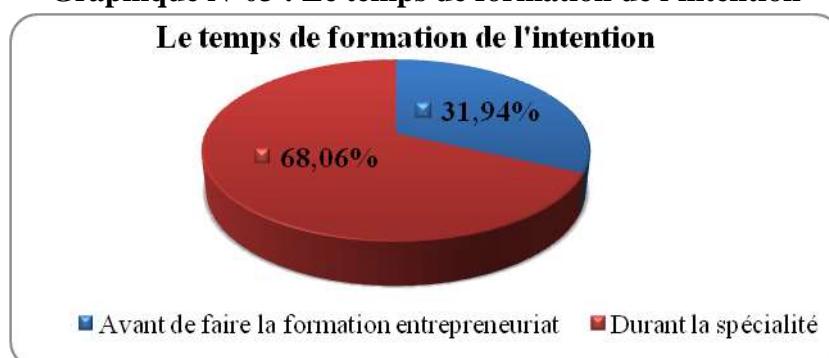
Graphique N°02 : L'intention d'entreprendre et son niveau d'intensité



Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

Concernant la période de la formation de leur intention (graphique n°3), elle est pour la majorité (soit 68,06% des répondants) créée pendant leur formation universitaire en entrepreneuriat et 31,94% des enquêtés ont déclaré avoir cette intention avant même de faire leur spécialité car ils sont influencés par leur entourage.

Graphique N°03 : Le temps de formation de l'intention



Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

5.5 Répartition des étudiants selon le genre et leur intention d'entreprendre

D'après les résultats de notre enquête, nous avons constaté que les étudiantes sont plus collaboratives par rapport au genre masculin dont les résultats confirment. De ce fait, la majorité des questionnaires renseignés par le genre féminin (63,75%) dépasse largement celui des étudiants (36,25%).

Tableau N°1. Le genre et l'intention d'entreprendre

Genre	Avez-vous l'intention d'entreprendre ?				Total	
	Oui		Non		Effectif	(%)
	Eff.	(%)	Eff.	(%)		
Masculin	29	40,28	0	0	29	36,25
Féminin	43	59,72	8	100	51	63,75
Total	72	100	8	100	80	100

Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

Nous constatons que tous les étudiants enquêtés (29 étudiants) ont de l'intention d'entreprendre contrairement au genre féminin, parmi elles, nous trouvons 8 étudiantes enquêtées (soit 15,69% des étudiantes) qui n'ont pas l'intention de créer un jour leur propre entreprise. Cela est expliqué par l'environnement familial qui n'est pas incitatif et favorable à entreprendre, le manque de confiance en soi et la peur de celles-ci beaucoup plus du risque financier et celui de l'échec. Le reste des étudiantes enquêtées (soit 84,31% des étudiantes) ont la volonté de se lancer en affaire.

Tableau N°2. Niveau d'intensité de l'intention d'entreprendre * Genre

	Intensité	Genre				Total	
		Masculin		Féminin			
Niveau d'intensité de l'intention d'entreprendre	Faible	0	0%	3	6,98%	3	4,17%
	Moyenne	8	27,58%	26	60,46%	34	47,22%
	Forte	17	58,62%	13	30,23%	30	41,67%
	Très forte	4	13,8%	1	2,33%	5	6,94%
Total		29	100%	43	100%	72	100%

Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

Le tableau n° (2) illustre la palpable différence entre les deux genres de notre échantillon. Le sexe masculin prône le niveau d'intensité de l'intention d'entreprendre le

plus élevé par rapport au sexe féminin qui manifeste une intention moyenne pour la majorité. Cela explique d'avantage que les hommes sont plus susceptibles à se lancer dans les affaires que les femmes. Ces dernières doivent faire face à des préoccupations principales telles que la recherche des moyens de financement, la difficulté d'intégration des réseaux d'affaires, les tabous de la société et la recherche d'équilibre entre vie professionnelle et familiale.

5.6 Analyse des déterminants de l'intention d'entreprendre

5.6.1 L'influence de l'existence de l'idée promotrice et la recherche d'information sur l'intention d'entreprendre

La possession d'une idée ou d'un projet peut constituer un stimulant crucial dans la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants. En effet, 73,61% des enquêtés ont déclaré que l'existence d'une idée promotrice ou d'un projet d'entreprise influencent positivement leurs intentions d'entreprendre. Parmi ceux-ci, 69,44% des étudiants ont commencé à collecter des informations pour mieux formaliser leurs idées. Cela implique que l'intention est plus forte car ils ont entamé un processus qui leur permettra de se réaliser et d'opter pour la voie entrepreneuriale et de surmonter les obstacles relatifs à la création d'entreprise. Le reste, soit 4,17% des répondants, n'a pas entamé la recherche d'information concernant leurs idées car ils n'ont pas l'intention de démarrer leurs projets dans l'immédiat. Par contre, nous avons recensé un taux de 12,5% des étudiants qui n'ont pas d'idées mais qui ont entamé le processus de collecte d'information afin de rechercher de nouvelles idées promotrices qui leurs permettront de créer leurs propres projets. Pour les autres, soit 13,89% n'ont pas d'idées et ne s'intéressent pas à la recherche d'information, cela peut être expliqué par le niveau d'intensité de leur intention qui est moyenne ou faible. En effet, l'intention entrepreneuriale se développe et s'accroît lorsque les attitudes associées au comportement de l'étudiant, telles que l'existence des idées promotrices ou d'un projet d'entreprise et la recherche des informations, s'améliorent. Les étudiants ayant une attitude favorable à l'égard d'un comportement influence positivement l'intention entrepreneuriale.

Tableau N°3. Recherche d'information * L'existence des idées * L'intention d'entreprendre

Avez-vous l'intention d'entreprendre			L'existence des idées promotrices influencent-elles le développement de votre intention				Total	
			Oui		Non			
			Effectif	(%)	Effectif	(%)	Effectif	(%)
Oui	Recherchez-vous d'information pour mieux formaliser votre idée	Oui	50	69,44%	9	12,5%	59	81,94%
		Non	3	4,17%	10	13,89%	13	18,06%
Total			53	73,61%	19	26,39%	72	100%

Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

5.6.2 L'influence de l'entourage

D'après les résultats de notre enquête, nous avons constaté qu'un peu plus de la moitié des étudiants enquêtés qui ont l'intention d'entreprendre (soit 51,39%) ont des entrepreneurs dans leurs entourages qu'ils souhaitent imiter. Par contre, 48,61% n'ont pas

des entrepreneurs dans leurs entourages mais cela n'a pas empêché leurs désirs d'entreprendre.

La plupart des étudiants ayant l'intention entrepreneuriale, soit 76,39%, ont avoué que leur environnement est favorable et incitatif à la création d'entreprise. Ce qui influe positivement le développement de l'intention et la volonté de créer leurs propres affaires. L'existence d'un réseau relationnel, qu'il soit constitué de relations familiales ou amicales permet d'obtenir les informations nécessaires et, éventuellement, l'aide financière, administrative indispensables à la concrétisation de leurs projets dans un temps opportun.

TableauN°4. L'existence d'entrepreneurs dans l'entourage * Votre environnement familial est-il favorable et incitatif à la création d'entreprise * l'intention d'entreprendre

Avez-vous l'intention d'entreprendre		Votre environnement familial est-il favorable et incitatif à la création d'entreprise								Total		
		Pas de tout favorable		Plutôt pas favorable		Plutôt favorable		Tout à fait favorable				
		Eff.	(%)	Eff.	(%)	Eff.	(%)	Eff.	(%)	Eff.	(%)	
Oui	Y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter ?	Oui	5	6,94	3	4,17	14	19,44	15	20,83	37	51,39
	Non	1	1,39	8	11,11	12	16,67	14	19,44	35	48,61	
Total			6	8,33	11	15,28	26	36,11	29	40,28	72	100

Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

5.6.3 L'influence de la formation en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale

L'enseignement de l'entrepreneuriat stimule l'intention des jeunes étudiants à créer leurs propres entreprises. Cet enseignement dispensé transmet, généralement, les connaissances nécessaires sur les valeurs, les attitudes et les motivations des entrepreneurs et sur les raisons de l'action d'entreprendre. Aussi, il permet de développer des aptitudes entrepreneuriales chez les étudiants telles que le développement de l'esprit de prendre des risques et des connaissances pour rédiger un business plan et diriger une entreprise. En effet, 83,8% des enquêtés ont avancé que leur formation a contribué au développement de leurs aptitudes entrepreneuriales.

D'après les résultats de notre enquête, nous constatons également que la formation en entrepreneuriat a un effet positif sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. En effet, 73,75% ont déclaré que leur formation a joué un rôle important dans le développement de leur intention. Tandis que 16,25% des enquêtés estiment que leur formation universitaire en entrepreneuriat n'a aucune influence sur leurs intentions d'entreprendre car ils jugent que leur formation est de mauvaise qualité.

TableauN°5. L'intention d'entreprendre et la formation en entrepreneuriat

Avez-vous l'intention		La formation en entrepreneuriat influence-elle le développement de votre intention				Total	
		Oui		Non			
		Effectif	(%)	Effectif	(%)	Effectif	(%)
Oui		59	73,75%	13	16,25%	72	90%

d'entreprendre ?	Non	0	0%	8	10%	8	10%
Total		59	73,75%	21	26,25%	80	100 %

Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

En plus de la formation universitaire en entrepreneuriat, des structures d'interfaces ont aussi jouées un rôle non négligeable dans la stimulation de l'esprit d'entreprendre chez les étudiants telle que la maison de l'entrepreneuriat qui a organisée des événements sur la création d'entreprise comme la meilleure idée de création d'entreprise, la participation au concours INDJAZ el djazaière, des ateliers de formations sur le business plan. Ces éléments sont des facteurs qui stipulent l'idée de créer chez les étudiants.

5.6.4 Le sentiment d'auto efficacité

D'après les résultats de notre enquête, nous avons constaté que la majorité des étudiants soit 80,56% croient à leurs capacités d'entreprendre et de surmonter les difficultés liées à la concrétisation de leurs idées et la réalisation de leurs projets même ci que l'acte de création nécessite beaucoup d'effort et de compétences. Ils sont plus enclins à aller au bout de leur projet car ils ont un sentiment d'auto-efficacité élevé et ils croient en leurs capacités de réussir. Par contre, une minorité soit 19,44% des enquêtés ont annoncé qu'ils ne sont pas capables d'entreprendre. Cette catégorie d'étudiants risque d'abandonner leur projet devant le premier obstacle car elle a un faible sentiment d'auto-efficacité.

**TableauN°6. Comment mesurez-vous l'effort à fournir pour concrétiser votre idée *
Etes-vous capable d'entreprendre * Avez-vous l'intention d'entreprendre**

Avez-vous l'intention d'entreprendre			Etes-vous capable d'entreprendre				Total	
			Oui		Non			
			Effectif	(%)	Effectif	(%)	Effectif	(%)
Oui	Comment mesurez-vous l'effort à fournir pour concrétiser votre idée	Très facile	1	1,39	0	0	1	1,39
		Facile	15	20,83	0	0	15	20,83
		Difficile	30	41,67	9	12,5	39	54,17
		Très difficile	12	16,67	5	9,94	17	23,61
Total			58	80,56	14	19,44	72	100

Source : résultat de l'enquête, Bejaia 2020

6. Conclusion :

L'intérêt que portent les étudiants pour la création d'entreprise est important dans l'échantillon étudié. L'analyse descriptive de l'intention entrepreneuriale indique que 90% des étudiants consultés souhaitent créer leur propre affaire et que 80,56% parmi eux s'estiment capables de créer leur entreprise.

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. Ils expriment un réel engagement des étudiants dans le processus entrepreneurial en amont. Cet engagement a pour effet opérationnel de détecter parmi les populations des étudiants les individus possédant une intention entrepreneuriale. L'attitudecomportementale constitue un facteur déterminant de la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants d'où la confirmation de notre première hypothèse. Également, notre étude a illustré que les croyances des étudiants en leurs capacité d'entreprendre affectent positivement la formation de leurs intentions entrepreneuriales d'où la confirmation de notre quatrième hypothèse.

Il ressort également que 83,8% des répondants estiment que la formation universitaire en entrepreneuriat contribue largement au développement des aptitudes entrepreneuriales et que 73,75% des enquêtés déclarent que celle-ci constitue l'un des facteurs qui ont contribué au développement de leurs intentions entrepreneuriales. Aux vues de ces constats, nous confirmons notre troisième hypothèse et nous pouvons déduire l'impact favorable de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans le déploiement des intentions entrepreneuriales. L'enseignement joue un rôle fondamental dans la formation du système de valeurs et contribue à créer de même à développer des intentions et qualités entrepreneuriales chez les jeunes.

A travers notre enquête, nous avons constaté que l'influence des parents, des amis et l'existence des entrepreneurs dans l'entourage, là où déclinent les enquêtés, joue également un rôle important dans la formation de l'intention d'entreprendre. L'environnement familial influe positivement la volonté d'entreprendre ce qui confirme notre deuxième hypothèse.

Au final, notre étude a permis de valider, dans le cadre de l'enseignement supérieur de l'entrepreneuriat au sein de l'université de Bejaia, le modèle de la théorie du comportement planifié d'Ajzen. Par ailleurs, il est crucial de souligner à ce niveau la rareté des travaux et de recherches ayant trait à la question de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants ayant suivi une formation spécifique en entrepreneuriat. Nos résultats montrent que l'intention de créer une entreprise est étroitement liée aux croyances des étudiants en leurs capacités d'entreprendre mais également dans la même mesure d'impact, les autres variables telles que les attitudes comportementales, l'environnement familial et la formation en entrepreneuriat influencent positivement le développement de l'intention entrepreneuriale. De cette recherche, nous pouvons suggérer de vulgariser l'information relative à l'existence des structures d'aide et d'accompagnement rattachées aux établissements d'enseignement supérieur afin que les étudiants désirants se lancer dans une aventure entrepreneuriale se rapprochent de celles-ci pour faciliter la création de leurs projets et d'assurer la pérennité de ceux-ci.

Il serait judicieux, à notre sens, en vue de compléter la présente recherche de procéder à une étude exploratoire de l'intention entrepreneuriale des étudiants en adoptant une approche genre. La finalité à ce niveau étant de chercher à mieux appréhender les facteurs susceptibles d'encourager ou d'inhiber l'intention entrepreneuriale auprès de chaque genre. Une analyse comparative de l'intention entrepreneuriale chez des étudiants ayant suivi une formation en entrepreneuriat versus des étudiants n'ayant pas eu ce privilège permettra d'éclairer de manière plus pointue l'impact de la formation en entrepreneuriat sur leurs intentions. Enfin, il serait intéressant de réaliser une étude longitudinale chez ces étudiants afin de vérifier le degré de concrétisation et d'aboutissement de leurs idées de projets.

7. Références :

1. AJZEN , I. (1991). Theory of planned behaviour, *Organizational behaviour and human decision processes*. pp. 179–211.
2. BANDURA, A. (1977). Self-efficacy : Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, vol. 84, n° 2, pp. 191-215.
3. BIRD, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13/3, pp. 442-453.

4. BOYD, N., & VOZIKIS, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship, theory and practice*, Vol. 18, (n°4, summer issue), pp. 63-77.
5. CRANT, J. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*. Vol. 34 Issue 3., pp. p42, 8p, 2 charts.
6. DANNER, M., & SCHUTZ, N. (2017). Démocratiser la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur : les limites d'un programme basé sur le volontariat. *Revue française de sciences sociales " Formation emploi"*, 140, pp. 107-127.
7. DELLE, E., & MONIPAAK AMADU, I. (2015). Proactive personality and entrepreneurial intention: employment status and student level as moderators. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, pp. 1-13.
8. EMIN, S. (2003). *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas Français*. université Pierre Mendès-France.: Thèse de Doctorat en gestion.
9. FAYOLLE, A. (2003). *Le métier de créateur d'entreprise*. Paris: édition d'Organisation.
10. HERNANDEZ, E., & MARCO, L. (2006). *Entrepreneur et décision – De l'intention à l'acte*. Editions Eska.
11. KRUEGER, N., & CARSRUD, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development* 5(4), pp. 315-330.
12. KRUEGER, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), pp. 5-21.
13. LAUKANNEN, M. (2000). Exploring alternative approaches in high level entrepreneurship education : creating micro-mechanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, n° 12, pp. 25-47.
14. MAHMOUDI, M. (2019). L'intention entrepreneuriale des étudiants maghrébins : une approche comparée (cas de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie). *Thèse de Doctorat en sciences économiques spécialité: Economie Managériale à l'université de Bejaia*.
15. MAHMOUDI, M., & BOUKRIF, M. (2016, Décembre). La création d'entreprise comme voie d'insertion professionnelle chez les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur en Algérie : Analyse de l'intention entrepreneuriale par l'approche PLS. *Revue d'ECONOMIE et de MANAGEMENT Volume 15, Numéro 2*, pp. 28-46.
16. MALEBANA, M. (2015). Gender differences in entrepreneurial intention in the rural provinces of South Africa. *Journal of Contemporary Management*, volume 12, pp. 615-637.
17. MEYER, T., & VERLHIAC, J.-F. (2004). Auto-efficacité : quelle contribution aux modèles de prédiction de l'exposition aux risques et de la préservation de la santé ? *Savoirs*, 117-134.
18. MOREAU, R., & RAVELEAU, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale. *Revue internationale P.M.E, Presses de l'Université du Québec, Vol 19(N°2.)*, pp. 101–131.
19. NAFA, A., JEAN, É. S., TREMBLAY, M., BARONET, J., JANSSEN, F., & LOUE, C. (2018). projets entrepreneuriaux des étudiants Algériens et comparaison internationale. *Les Cahiers du Cread*, vol. 34 - n° 04, pp. 5-38.
20. RASMUSSEN, E.-A., & SORHEIM, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, vol. 26(n° 2), pp. 185–194.

21. ROTEOFSS, B., &KOLVEREID, L. (2005). Aspiring, nascent and fledgling entrepreneurs: an investigation of the business start-up process. *Entrepreneurship and Regional Development* 17(2), pp. 109-127.
22. SALEH , L. (2011). *L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban*. l'Université de NANCY 2.: Thèse de Doctorat en Nouveau Régime Sciences de Gestion.
23. SANCHEZ, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal* Vol. 7 n°2, 239-254.
24. SENICOURT, P., &VERSTRAETE, T. (2000). Apprendre à entreprendre: Typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif. *reflets et perspectives*.
25. TORNIKOSKI, E. T., KAUTONEN, T., & LE LOARNE, S. (2012). Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale: Quelles leçons sur les seniors ? *Revue française de gestion – N° 227*, pp. 95-109.
26. TOUNES, A. (2003). *L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*. université de Rouen: Thèse de Doctorat en gestion.
27. TRIANDIS, H. C. (1980). Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior. In M. M. Page, & H. E. Howe, *Nebraska Symposium on Motivation, 1979 : beliefs, attitudes and values* (pp. 195-259). Lincoln, Neb. : University of Nebraska Press.
28. VAN HAEPEREN, B., MEUNIER, O., & MOSTY, M. (2019). De la perception de ses compétences entrepreneuriales à l'intention d'entreprendre: Quelques résultats d'une évaluation des mesures de sensibilisation à l'esprit d'entreprendre en faveur des élèves de l'enseignement secondaire en Wallonie. *Reflets et perspectives de la vie économique*, pp. 73-85.
29. ZHAO, H., SEIBERT , S., & HILLS, G. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.