

Le rôle de la formation entrepreneuriale dans la création des entreprises : Cas de l'université de Bejaia (Algérie)

Abbas hirzellah^{#1}, Mekhmoukh sakina^{*2},

département des sciences de gestion, université de Bejaia, Algérie

¹hirz2006@gmail.com

²mekhmoukhsakina@yahoo.fr

Résumé— Cet article s'intéresse à la formation de l'entrepreneuriat au milieu universitaire et son rôle dans la création des entreprises. A cet effet, nous nous sommes basés sur la présentation de certains aspects théoriques relatifs à l'entrepreneuriat et la création d'entreprises, à la relation entre la formation de l'entrepreneuriat au sein des universités algériennes et l'intention entrepreneuriale des jeunes universitaires. Pour ce faire nous nous sommes basés sur une étude de terrain qui ciblait les étudiants de fin de cycle licence et master de la formation entrepreneuriat du département des sciences de gestion de l'université de Bejaia (Algérie). Les principaux résultats de cet article font ressortir que cette formation permet la transmission des connaissances nécessaires aux étudiants et cette formation motive les jeunes universitaire à créer leur entreprise.

Mots-clés — Entrepreneuriat ; Formation universitaire ; l'intention entrepreneuriale ; création d'entreprises

I. INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est considéré comme étant l'un des leviers stratégiques pour la création des entreprises, des emplois et des richesses. L'entrepreneur, acteur principal de la théorie Schumpétérienne, est considéré comme un innovateur et moteur de la croissance économique.

La formation universitaire aide les étudiants à structurer, démarrer et développer leur projet entrepreneurial à travers un parcours « d'apprendre à entreprendre », d'une formation a pour objectif de fournir aux étudiants les clés pour démarrer concrètement un projet entrepreneurial (Start up) et mettre leur idée en action. Parmi toutes les formations, la formation entrepreneuriale est considérée comme étant un levier stratégique pour la création des entreprises, des emplois et des richesses. L'entrepreneur, acteur principal de la théorie Schumpétérienne, est considéré donc comme un innovateur et moteur de la croissance économique.

Le début de la première décennie « 2000-2010 » est marqué par un changement radical dans l'enseignement supérieur et plus particulièrement dans l'enseignement de l'entrepreneuriat et l'intégration des modules de création d'entreprises dans pratiquement tous les enseignements universitaires alors qu'ils se limitaient aux écoles de

commerce et de gestion avant la mise en place de la réforme. Plusieurs pays voient dans l'encouragement à la création d'entreprises une voie stratégique prometteuse pour doper de manière permanente le tissu entrepreneurial. L'Algérie n'en est pas en reste. Des politiques d'accompagnement et d'appui à la création de ces dernières ont été mises en place durant la première décennie des années 2000. C'est dans ce sens que nous posons la question principale suivante : **Quel est le rôle de la formation entrepreneuriale dans la création d'entreprises ?**

Dans le but de confirmer ou d'infirmer notre travail, nous avons élaboré les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : La formation entrepreneuriale joue un rôle important notamment dans le lancement des projets des étudiants universitaires.

Hypothèse 2 : La création d'une entreprise nécessite d'avoir un esprit entrepreneurial.

Le but de cet article est d'étudier les aspects déterminant de l'intention entrepreneuriale des jeunes algériens notamment les universitaires dans le cadre de pouvoir comprendre les aspects sur lesquels l'Etat peut investir pour promouvoir la capacité entrepreneuriale des jeunes.

Le présent article a pour objectif de faire ressortir l'importance de la formation entrepreneuriale dans la création des entreprises. Pour cela nous avons essayé de présenter tout d'abord, les aspects théoriques relatifs à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprises puis nous avons évoqué le cadre théorique de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités algériennes à travers ses rôles, ses objectifs et les méthodes pédagogiques. Puis nous avons tenté de faire ressortir la relation entre l'enseignement de l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale. Enfin, nous nous sommes basés sur une enquête de terrain réalisée auprès des jeunes universitaires de fin de cycle L3 et M2 de la formation entrepreneuriat du département des sciences de gestion de l'université de Bejaia. Nous terminerons cet article par une conclusion et certaines recommandations envisagées dans le domaine de l'entrepreneuriat.

II. REVUE DE LITTÉRATURE SUR L'INTENTION
 ENTREPRENEURIALE ET LA FORMATION UNIVERSITAIRE

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat est concrétisée par la dynamique entrepreneuriale. Dans ce point, nous citerons quelques définitions et ses différentes formes.

II.1 Quelques définitions de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat peut être défini selon (FILION, 1991, pp. 26-40) comme étant « 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 marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ».

De même la définition de (GARTNER, 1993, p. 238) va bien dans ce sens : « L'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation ». L'émergence entrepreneuriale concerne la conception de Gartner qui l'introduit dans le processus entrepreneurial. Pour lui, l'entrepreneuriat n'est rien d'autre qu'un phénomène consistant à créer et organiser de nouvelles entreprises et organisations.

Pour (SAMMUT, 2011, p. 299) l'entrepreneuriat est un processus de recherche, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités, effectué par un entrepreneur ou une équipe entrepreneuriale qui, dans le cadre d'une création, d'une reprise ou d'un développement d'activités, développe une organisation mettant en œuvre une vision stratégique, et contribuant à créer de la valeur.

(TOUNES, 2003, p. 30), considère l'entrepreneuriat comme : « ... Un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. Il peut s'exprimer sous diverses formes telles que l'intrapreneuriat, l'essaimage, la franchise ou la filialisation ». Cette vision de TOUNES pour l'entrepreneuriat montre à son tour tout l'intérêt de l'entrepreneuriat dans l'évolution continue et perpétuelle de la société et l'économie des pays.

Selon (SCHUMPETER, 1997, p. 134), l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...]. Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons.

Selon M. COSTER cité par (FAYOLLE, 2009, p. 11), l'entrepreneuriat correspond à la création de richesse économique et sociale à partir de l'initiative, l'imagination, la volonté d'une personne qui réussit à développer une activité à partir des ressources existantes.

En se basant sur ces définitions, on peut dire que l'entrepreneuriat est le phénomène par lequel un individu découvre, évalue et exploite une opportunité d'affaires, c'est

donc la création de nouvelles organisations dans le but de la création de la richesse ou de la valeur.

La notion de l'entrepreneuriat, est un axe de recherche pouvant intéresser maintes catégories de chercheurs, de l'économiste, à l'historien, passant par le sociologue. Ceci ne fait qu'appuyer l'importance que revêt ce concept dans la mesure où, inculquer l'esprit d'entreprendre représente l'exigence de croissance du futur. Le phénomène de la création d'entreprise a pris une importance considérable d'où l'intérêt des chercheurs et des décideurs politiques accordé au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social (OUKACI, 2019, p. 2).

L'ampleur qu'a pris et prend toujours d'ailleurs le concept de l'entrepreneuriat, donne lieu à la naissance de plusieurs approches tentant de définir le concept. Nous en retiendrons quelques-unes de celles qui nous semble les plus importantes (OUMRANE.A, 2011, p. 92)

TABLE 1
 QUELQUES DEFINITIONS DE L'ENTREPRENEURIAT

J.A. Schumpeter (1928)	L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...]. Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons.
R. Ronstad (1984)	L'entrepreneuriat est un processus dynamique de création humaine incrémentale. « This wealth is created by individuals who assume the major risks in term of equity, time, and/or career commitment of providing value for some product or service. The product or service itself may or may not be new or unique but value must somehow be infused by the entrepreneur by securing and allocating the necessary skills and resources.
J.-M. Toulouse (1988)	L'Entrepreneurship est une réponse créatrice, une habileté à percevoir de nouvelles perspectives, à faire des choses nouvelles, à faire différemment les choses existantes.
W. Bygrave et C. Hofer (1991)	The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organisations to pursue them.

Th. Verstraete (2003)	L'entrepreneuriat concerne le phénomène relevant d'une relation symbiotique entre l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci.
-----------------------	---

II.2 Enjeux et risques dans la création d'entreprises
II.2.1 Les principales causes de défaillance des jeunes entreprises en création

Il faut distinguer les causes d'avortement des projets de création de celles qui peuvent entraîner la défaillance des jeunes entreprises.

Nous abordons, ici, des problématiques d'individus engagés dans des processus de création d'entreprise qui vont s'interrompre, avant l'acte de création juridique.

Personne n'est capable d'identifier tous les événements accidentels qui peuvent survenir lors d'un projet de création d'entreprise. Ces événements peuvent affecter l'individu : accident, maladie, décès, disparition d'un être cher, etc., et remettre en cause ses motivations et/ou ses ressources. Ces aléas concernent, parfois, le projet : une entreprise se crée sur le même concept, un équipier ou un partenaire se retire, l'environnement devient soudainement hostile, etc.

Le projet peut être abandonné également, parce que son initiateur vient de découvrir une opportunité qui lui apparaît meilleure.

Les raisons de l'abandon peuvent se situer très en amont, comme l'incapacité manifeste de trouver une idée rentable ou très en aval, comme l'incapacité de trouver les moyens de commercialiser ou de réunir les moyens techniques et financiers nécessaires. Dans tous ces cas, l'abandon est provoqué par la lassitude et le découragement.

La défaillance des entreprises peut venir de différents types de facteurs. Certains sont extérieurs au projet comme le contexte économique. Les cycles et crises économiques qui se succèdent depuis une vingtaine d'années, (1991, 2001, 2008) ont un effet plus fort sur les entreprises récemment créées que sur celles déjà établies. Ainsi le ralentissement des marchés, le renforcement de la concurrence, la difficulté d'accès au financement, et l'allongement des délais de paiement sont des facteurs très défavorables aux jeunes entreprises

Parmi les facteurs liés au projet, ceux qui apparaissent comme les plus déterminants sont liés à la stratégie, au financement insuffisant et à l'inexpérience de l'entrepreneur.

-Les erreurs de stratégie sont principalement :

- La compétitivité du produit proposé est médiocre ou mauvaise ;
- Le potentiel du marché a été surestimé ;
- Le marché n'existe pas ou est plus long à démarrer que prévu ;
- Le délai de pénétration des nouveaux produits sur le marché a mal été évalué ;
- La difficulté d'accès aux circuits de distribution
- L'insuffisante diversification de la clientèle et le risque trop important de dépendance, les choix

erronés dans les canaux ou les méthodes de distribution

- Un mauvais positionnement marketing ou une mauvaise politique de communication.

-Les causes de la fragilité financière sont :

- L'insuffisance des fonds propres;
- Des charges d'exploitation mal contrôlées et trop importantes au regard des possibilités de l'entreprise ;
- Le manque d'aptitude ou de compétence du nouveau dirigeant dans une ou plusieurs des fonctions clés.

Ces causes sont données à titre indicatif. La plupart du temps, c'est une combinaison de facteurs relevant de ces différentes catégories qui conduit une jeune entreprise à la défaillance.

Les connaître, c'est déjà les contrôler un peu. Il nous semble que tout créateur potentiel devrait passer un peu de temps à essayer de bien comprendre les implications pour l'action qu'il est possible de dégager à partir de ces informations.

II.2.2 Pour réussir son projet de création d'entreprise

Les nombreuses études réalisées dans le champ de la création d'entreprise ont montré l'importance de quelques facteurs qui prédisent le succès futur de l'entreprise. Nous allons évoquer ceux qui nous semblent les plus déterminants.

Une proximité entre le profil du créateur et l'entreprise créée : Nous retrouvons, ici, l'idée d'une bonne adéquation entre l'individu et son projet. Trouver le projet qui convient à ses capacités d'évolution, à court terme, est certainement une bonne façon d'appréhender une situation de création d'entreprise.

Une localisation proche : Ne pas s'éloigner de ses bases et ne pas se couper de ses réseaux de proximité sont des décisions sages et payantes dans une création d'entreprise. L'importance des réseaux personnels que l'on appelle également capital social est largement démontrée. L'entrepreneuriat est un acte souvent solitaire et les réseaux personnels sont nécessaires au soutien moral et affectif de l'entrepreneur mais aussi pour aider le projet.

L'expérience du métier et du management est un facteur de succès : Avoir une expérience professionnelle, dans un métier, est un atout essentiel, car elle permet de ne pas avoir à tout réinventer et d'éviter les principales chausse-trappes. L'expérience permet d'obtenir plus facilement la confiance des partenaires indispensables (clients, fournisseurs, banquiers ...), car on a déjà fait ses preuves. La connaissance du métier permet d'avancer plus vite et plus sûrement. L'idéal est de faire ses erreurs chez les autres et d'en tirer un enseignement pour ne pas les refaire chez les autres. Il est démontré que les créateurs qui ont particulièrement bien réussi ont des expériences antérieures de création, recherchent l'aide de professionnels en anticipant les problèmes et savent précisément où trouver des conseils.

L'accompagnement : Être accompagné est également un facteur clé de succès. La création d'entreprise, surtout si elle est technologique et innovante, est à ce point complexe qu'elle nécessite un accompagnement spécifique. Être entouré de

professionnels, pouvoir bénéficier de leurs conseils et de leurs aides et se former au contact de spécialistes de la création d'entreprise sont autant de conditions qui permettent au créateur de bien se préparer et de lancer son projet sous les meilleurs auspices.

Un financement adapté et une gestion suivie de la trésorerie : Disposer des ressources financières adaptées au projet est un élément clé de réussite. À l'inverse, des moyens mal évalués ou non obtenus sont une cause classique d'échec. La recherche de financement est donc une des activités essentielles du créateur. Il doit évaluer correctement ses besoins et anticiper l'obtention des ressources pour ne pas disparaître faute de trésorerie suffisante. La recherche de fonds devra se faire auprès des acteurs du financement concerné. Il existe de nombreux acteurs du financement : prêts d'organismes publics régionaux, banques, business Angels, fonds de capital-risque régionaux ou nationaux. L'entrepreneur devra identifier le type d'acteurs du financement adapté à son projet et apprendre à présenter son projet en tenant compte de leur particularité et de leur attente.

Une capacité d'apprentissage et d'adaptation : Comme cela a été signalé dans l'introduction, le processus de création d'entreprise est un système dialogique entre l'entrepreneur et l'entreprise. Le processus de création d'entreprise est de type tourbillonnaire et non pas linéaire et va donc devoir s'adapter en fonction des aléas de la vie du projet. Compte tenu de ces deux caractéristiques, réussir une création d'entreprise dépend de la capacité de l'entrepreneur à adapter la stratégie, l'organisation, les moyens et les ressources. Le business plan, nécessaire pour construire et faire partager son projet, relate une histoire prédictive qui a peu de chance de se réaliser compte tenu des incertitudes qu'il contient et des changements qui vont s'opérer dans le secteur et l'environnement. L'entrepreneur va donc devoir faire évoluer son projet. Cette capacité à évoluer et à s'adapter est une des conditions clés de réussite de la création d'entreprise. Elle suppose de la part du créateur des aptitudes pour évaluer les changements, à faire évoluer ses pratiques, et à apprendre de nouvelles compétences adaptées aux défis qu'il rencontre.

II.3 La création d'entreprise : Acte essentiel de l'entrepreneuriat

La création d'entreprise est un phénomène complexe et hétérogène. Créer une entreprise est un acte à la fois banal et extraordinaire, au sens étymologique.

Alain Fayolle construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprises, qui sont comme suite (FAYOLLE, 2009, p. 25) :

La création de reproductions : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour la créatrice est faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevée. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont faible ampleur, car il possède le savoir-faire et les relations utiles à

son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.

La création imitation : l'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et développer une entreprise en utilisant formule bien établie. Le niveau d'incertitude cette fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

La création innovation-valorisation : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur. Mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire. Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au pont technique et industriel du projet.

La création innovation-aventure : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet à des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

II.4 Cadre théorique de l'enseignement de l'entrepreneuriat

« L'enseignement de l'entrepreneuriat constitue donc un outil essentiel pour développer une Culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire. Au-delà même du développement du goût d'entreprendre et de l'esprit d'entreprise l'enseignement peut contribuer à l'amélioration de l'image de l'entrepreneuriat, de l'entreprise et de startup, et à mettre en valeur le rôle de l'entrepreneur dans la société ». (GRASSE, 1982, p. 150)

M. Laukannen : Considère que l'éducation entrepreneuriale est un facilitateur pour l'accès aux pratiques entrepreneuriales. Elle permet d'éclaircir le souhait de faire et la manière de le réaliser.

Zones et English : Définissent l'enseignement de l'entrepreneuriat comme un processus qui offre aux individus l'aptitude d'identifier les opportunités et d'augmenter leur estime de soi et leurs compétences.

Fayolle et filion : « C'est l'ensemble d'action de sensibilisation, de simulation, de formation et d'accompagnement des apprenants qui concourent tout aussi bien à les faire évoluer sur les registres culturel et comportemental qu'à leur transmettre des connaissances et des savoirs utiles pour une certaine forme d'action (créer ou reprendre une entreprise, par exemple) ».

Selon (GIBB, 1999, pp. 1-21) : « L’entrepreneuriat dans un contexte éducatif est un ensemble de comportements, d’aptitudes et d’attributs exercés individuellement ou collectivement pour manager des individus ou des organisations de toute sorte, pour créer des entreprises et innover dans des contextes de forte incertitude et complexité. Ces comportements, aptitudes et attributs sont des moyens d’accomplissement personnel ».

D’après les définitions ci-dessus, l’enseignement de l’entrepreneuriat est vu ; d’une part, comme un moyen de création d’une startup (création d’entreprise) ou de développement des pratiques entrepreneuriales et d’autre part, comme une méthode universitaire pour développer les attitudes, les perceptions et les mentalités entrepreneuriales

II.5 Les objectifs de l’enseignement de l’entrepreneuriat

Selon (FAYOLLE, 2000, p. 173), « le système éducatif constitue le premier fondement du développement d’une culture et de l’action entrepreneurial. Il serait intéressant de repérer, d’étudier et d’évaluer la diversité des contenus, des méthodes d’enseignement et des environnements éducatifs proposés : l’important est d’analyser sur quoi va reposer l’enseignement de l’entrepreneuriat en termes d’objectifs, de contenus, de moyens didactiques, d’activités d’apprentissage et de procédés d’évaluation. Pour résoudre l’enjeu de l’enseignement, il faut analyser trois questions, celle des objectifs et des méthodes et techniques pédagogiques ».

L’enseignement de l’entrepreneuriat constitue donc un outil essentiel pour développer une culture entrepreneuriale dans un pays. Au-delà même du développement du goût d’entreprendre et de l’esprit d’entreprise, l’enseignement peut contribuer à l’amélioration de l’image de l’entrepreneuriat et de l’entreprise, et à mettre en valeur le rôle de l’entrepreneur dans la société. (FAYOLLE, 2007, p. 122)

(BECHARD, 1998, pp. 25-34) distingue les objectifs de l’enseignement de l’entrepreneuriat selon le niveau du programme offert. Dans le tableau ci-dessous, nous trouvons des objectifs centrés sur la personne (compétences techniques, humaines, et managériales), des objectifs centrés sur l’environnement de l’entrepreneuriat (la carrière d’entrepreneur, consultation).

Nous nous intéressons à l’éducation entrepreneuriale, essentiellement la formation et la sensibilisation à l’entrepreneuriat qui visent au moins deux buts. Le premier est entrepreneurial puisqu’il y a formation autour des concepts de l’entrepreneuriat. Le second correspond à l’insertion sociale de l’étudiant dans la mesure où ce but cherche à répandre l’esprit d’entreprise et de socialiser l’étudiant à l’entrepreneuriat pour réussir à exercer une activité entrepreneuriale et d’en tirer un revenu suffisant afin de prendre une place importante dans la société. Donc les objectifs sont plutôt centrés sur l’individu et sur le processus entrepreneurial qui auront une incidence sur l’environnement.

En générale, Saporta et verstraete (VERSTRAETE, 2000, p. 198) regroupent les objectifs d’une formation à

l’entrepreneuriat dans une école ou université de gestion en deux familles :

- Former des personnes pouvant appuyer l’entrepreneur dans la formulation et la mise en œuvre d’initiatives et dans la gestion des implications qu’elles ont dans l’entreprise ;

- Stimuler les capacités entrepreneuriales, celles-ci renvoyant à l’anticipation, à l’élaboration d’une vision, à la créativité (développant l’esprit d’entreprendre, la carrière d’entreprendre), mais aussi à la concrétisation et à la déclinaison de la stratégie dans le management quotidien ».

TABLE 2

OBJECTIFS DE L’ENSEIGNEMENT DE L’ENTREPRENEURIAT SELON BECHARD EN 1998

Programme	Objectifs de programmes
Sensibilisation à l’entrepreneuriat	Informar sur l’entrepreneuriat et sur la carrière d’entrepreneur
Création d’entreprise	Former des compétences techniques, humaines, et managériales pour générer son propre revenu, créer sa propre entreprise ou créer des emplois.
Développement des formateurs	Développer les compétences utiles pour la consultation, l’enseignement et le suivi des petites entreprises.
Développement des entreprises	Répondre aux besoins spécifiques des propriétaires dirigeantes

II.6 La relation entre l’enseignement de l’entrepreneuriat et l’intention entrepreneuriale :

L’enseignement de l’entrepreneuriat permet aux étudiants de développer des compétences entrepreneuriales tout en découvrant l’esprit entrepreneurial c’est-à-dire « cette volonté constante de prendre des initiatives et de s’organiser compte tenu des ressources disponibles pour atteindre des résultats constants » (GASSE, 1982). L’enseignement de l’entrepreneuriat constitue donc un outil essentiel pour développer une Culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire. Au-delà même du développement du goût d’entreprendre et de l’esprit d’entreprise, l’enseignement peut contribuer à l’amélioration de l’image de l’entrepreneuriat et de l’entreprise, et à mettre en valeur le rôle de l’entrepreneur dans la société.

La formation à l’entrepreneuriat agit principalement sur le développement des intentions entrepreneuriales des individus « censées les pousser à choisir une carrière entrepreneuriale ».

Pour FAYOLLE (2002), l’intention entrepreneuriale fait référence à une propension à entreprendre. L’intention entrepreneuriale signifie un dessein délibéré, une volonté d’accomplir un acte ou de développer un comportement entrepreneurial.

Selon TOUNES (2003), « l’intention est, certes, une volonté individuelle qui s’inscrit dans un processus cognitif mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique ». Et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement

entrepreneurial. L'intensité de l'intention peut varier considérablement avec le temps.

Au terme de leur Recherche, MOREAU et RAVELEAU (2006) définissent l'intention entrepreneuriale comme un processus non linéaire, composé de séquences : formation, développement, maintien, déclin et aboutissement. Les variables se différencient selon la phase étudiée. Les auteurs montrent qu'une intention peut connaître des évolutions différentes d'une personne à l'autre et « que c'est un état de pensée en mouvement qui s'étire sur un laps de temps ». Elle est donc une condition nécessaire au passage à l'acte entrepreneurial.

Nombre de recherches se sont donc intéressées à évaluer la relation ou la corrélation entre la formation entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale et plusieurs études empiriques ont prouvé que la formation à l'entrepreneuriat influençait positivement l'intention d'entreprendre.

Hernandez (1991) note que l'intention ou la volonté est le premier élément nécessaire pour créer une organisation. Elle reflète l'objectif ou les objectifs du ou des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir.

Pour TOUNES (2006) : « L'intention entrepreneuriale est une phase majeure du processus de création d'entreprise subdivisée en quatre stades : la propension, l'intention, la décision et l'acte ». Cet auteur tente d'expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants de troisième cycle de gestion en fonction des formations réalisées dans cette finalité. Cet auteur constate ainsi un impact positif des formations en entrepreneuriat sur l'intention d'entreprendre, ce qui conforte les investissements pédagogiques, matériels et humains engagés par l'Etat, et les établissements de formation.

L'intention est donc au cœur du mécanisme qui pousse les individus à l'action. Ajzen l'a d'ailleurs défini comme « un indicateur du désir de tenter l'acte, et de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon (Ajzen, 1991) ». L'étude des mécanismes qui agit sur l'intention est donc selon lui nécessaire pour comprendre le cheminement qui mène l'individu à adopter tel comportement. Il a ainsi identifié trois Facteurs qui influenceraient l'intention des individus :

- **L'attitude envers le comportement** : celle-ci se réfère au jugement, positif ou négatif, que se fait la personne d'un comportement donné. Si nous prenons l'exemple de l'entrepreneuriat, elle correspond aux perceptions qu'a l'individu des conséquences qu'entraînerait le passage à l'acte entrepreneurial.

- **La perception des normes sociales** : celle-ci correspond aux croyances de l'individu quant aux attentes de ses proches et de leurs opinions sur le comportement en question. Elle fait ainsi référence à l'effet de la pression exercée par le milieu social de l'individu, dont l'avis sur ledit comportement peut influencer la décision de passage à l'acte.

- **Le contrôle perçu** : Elle se rapporte à la perception qu'a l'individu de « ses aptitudes à réaliser l'acte, ce qui fait référence à la perception des opportunités existantes, des compétences requises et de l'accessibilité des ressources ».

II.6.1 La sensibilisation à l'entrepreneuriat

Sensibilisation est le fait de susciter l'intérêt d'une personne, d'un groupe, ou d'une population, pour faire réagir (voire même provoquer un changement. Ainsi, nous nous apercevons que sensibiliser c'est bien plus qu'informer. L'information vise simplement à transmettre un message ou des signes. Si l'information est un système de signes, la sensibilisation qui inclut la relation avec autrui leur donne du sens. Et c'est essentiellement l'estime, la confiance, la valorisation réciproques qui facilitent l'intégration des informations et apporte tout son sens à la sensibilisation. Sensibiliser, c'est bien plus qu'informer et c'est aussi un préalable à la conscientisation.

(Fayolle, 2000) considère la sensibilisation comme un niveau de formation à l'entrepreneuriat qui s'agit d'éveiller les individus, de les sensibiliser à la création d'entreprise et de les amener à intégrer l'existence de nouvelles voies professionnelles qu'ils pourraient être conduits à utiliser au cours de leur carrière.

TOUNES (2003) considère que les enseignements d'éveil et de sensibilisation sont les plus répandus par rapport aux enseignements de spécialisation et aux formations diplômantes. Ceci s'explique par une exigence moindre en termes de ressources humaines, logistiques et temporelles. Ils nécessitent peu de mobilisation en termes de compétences, de projets pédagogiques et de logiques d'action respectant des objectifs précis.

Les programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat utilisent plusieurs actions. Ils peuvent prendre la forme de (Journées d'études sur l'entrepreneuriat, témoignages d'entrepreneurs réussites, conférences et rencontre de créateurs d'entreprise, Journée de sensibilisation organisée par une structure ou un organisme public ou privée (ex : ANSEJ, Ina El Dja air,), séminaire et ateliers, visites d'entreprises, Compétition de business plan, salon et foires, Workshop). Il nous semble particulièrement important d'insister sur ces témoignages d'entrepreneurs réussies qui peuvent être des supports psychologiques et émotionnels indéniables, et des modèles d'identification pour les étudiants.

II.6.2 Objectifs de la sensibilisation à l'entrepreneuriat

Démystifier l'entrepreneuriat auprès des jeunes et leurs relais et valoriser l'image de l'entrepreneur et relativiser et valoriser les échecs entrepreneuriaux.

Faire découvrir aux jeunes une diversité de modèles : entrepreneuriat classique, entrepreneuriat social, entrepreneuriat et refrénerait, 'entreprises partagées' (coopératives d'entrepreneurs), économie circulaire.

Former à l'esprit d'entreprendre les enseignants et les autres relais, tels que les conseillers emploi par exemple.

Offrir aux jeunes une image réelle de l'entreprise et de son environnement socio-économique ;

Renforcer les liens entre le monde économique et ceux de l'enseignement et de la formation ;

Stimuler les entrepreneurs à être des ambassadeurs de l'entrepreneuriat auprès des jeunes.

III-METHODES ET MATERIELS

L'objectif de cette étude est d'appliquer les modèles de l'intention entrepreneuriale sur une population de jeunes étudiants en fin de cycles. Pour ce faire, nous avons élaboré un questionnaire qui comportait 25 questions réparties en quatre axes :

- Axe n°01 : Informations générales sur l'étudiant.**
- Axe n°02 : Esprit entrepreneurial et intention d'entreprendre.**
- Axe n°03 : Etude de la désirabilité du projet de création d'entreprises.**
- Axe n°04 : Etude de la faisabilité du projet.**

Notre échantillon d'étude se compose de 160 étudiants de fin de cycle licence L3 et Master 2 spécialité "Entrepreneuriat" du département des sciences de gestion de l'université de Bejaia. Sur l'ensemble des questionnaires distribués nous avons pu récupérer 145 questionnaires dont 05 sont non exploitables. Le détail de notre échantillon d'étude est représenté dans le tableau ci-dessous :

TABLE 3
 ECHANTILLON D'ETUDE

Etat des questionnaires	Effectif des étudiants de l'échantillon d'étude	Taux %
Récupérés	145	90,62 %
Non récupérés	15	93,75 %
Distribués	160	100%
Exploitable	140	87,50%
Non exploitable	05	03,12%
Total	160	100%

IV-ANALYSE DES RESULTATS:

Analyse des étudiés relèvent ce quidifférents axes é suit:

Axe n°1 : Informations générales sur l'étudiant.

- **Le sexe**

De cet échantillon d'étude, nous pouvons constater que 70% de l'effectif total est représenté par le sexe féminin et 30% par le sexe masculin, ceci s'explique par le choix de notre échantillon d'une manière aléatoire qui se compose des étudiants de fin de cycle L3 et M2 de la formation "Entrepreneuriat".

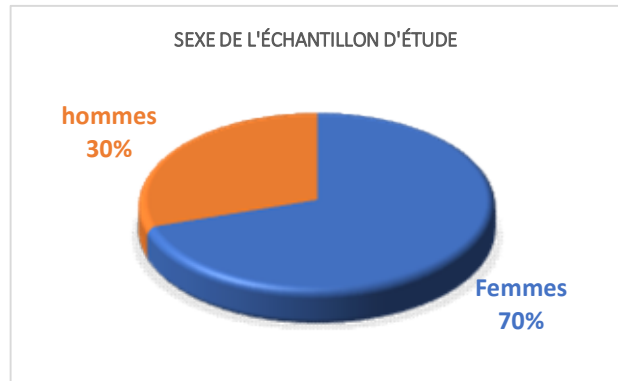


Fig. 1 Sexe de l'échantillon d'étude

- **L'âge**

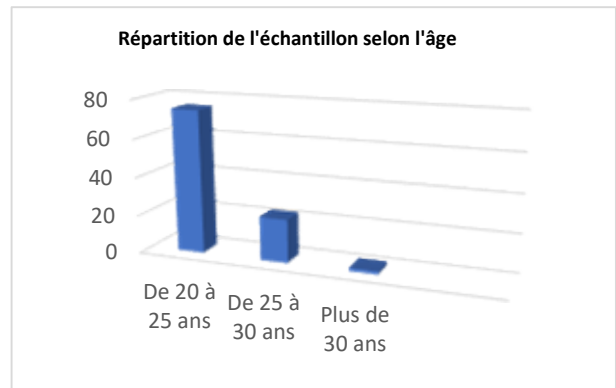


Fig.2 Répartition de l'échantillon selon l'âge

Les données statistiques du tableau indiquent que l'âge le plus présent est celui de « moins de 25 ans » avec un taux de 75% ce qui explique que la majorité des étudiants qui préparent un diplôme de licence ou de master ont un âge de moins de 25 ans ; suivie par ceux de « 25-30 ans » avec un taux de 23%. Et 2 % des étudiants interrogés ont plus de 30 ans car dans cette enquête menée nous avons touché à toutes les catégories d'âges assurée dans la formation entrepreneuriale.

- **Le niveau d'étude et la spécialité de formation**

Ce qui est du niveau d'étude et de la spécialité choisie, nous avons pris un effectif d'étudiants de 90 en Licence et 50 étudiants en Master2 de la même spécialité qui est l'entrepreneuriat.

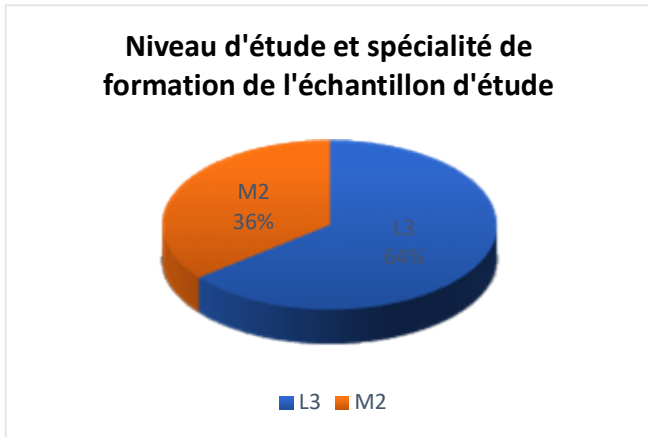


Fig. 3 Niveau d'étude et spécialité de formation de l'échantillon d'étude

Axe N° 02 : Esprit entrepreneurial et intention d'entreprendre :

Ce qui est de la question : Votre université vous a-t-elle inculquer l'esprit d'entreprendre à travers la formation entrepreneuriale dispensée, nous avons un effectif de 80 étudiants en L3 et 45 étudiants ont M2 qui ont donné une réponse positive. C'est une preuve qu'au suite aux différents cours dispensés dans cette spécialité qui influence positivement sur l'intention d'entreprendre. Parmi les modules dispensés et qui influencent positivement : la culture entrepreneuriale, la compétence entrepreneuriale, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise, les techniques de création et de reprises d'entreprises. Les réponses à cette question sont illustrées dans le tableau ci-dessous :

TABLE 4

REPARTITION DE L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE A TRAVERS LA FORMATION ENTREPRENEURIALE

Question	Oui		Non		Total
	Effectif	%	Effectif	%	
L3	80	64%	10	66,66%	90
M2	45	36%	5	33,33%	50
Total	125	100%	15	100%	140

Suite aux réponses positives données, nous constatons que par rapport à notre échantillon d'étude 60 étudiants en L3 ont exprimé une envie d'entreprendre, 15 sont neutres c'est-à-dire qui n'ont exprimé aucun besoin contre 05 étudiants qui n'ont pas du tout envie d'entreprendre. Ce qui est des fins de cycle Master, 33 étudiants ont prouvé une envie d'entreprendre, 10 étaient complètement neutre et deux (02) étudiants qui n'éprouve aucune envie. Les réponses sont illustrées dans le tableau ci-après :

TABLE 5

REPARTITION DU DEGRES D'ENTREPRENDRE

Question	Envie d'entreprendre		Neutre		Pas du tout envie	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
L3	60	64,51 %	15	60%	5	71,42 %
M2	33	45,48 %	10	40%	2	28,57 %

Total	93	100%	25	100%	7	100%
--------------	-----------	-------------	-----------	-------------	----------	-------------

TABLE 6

INFLUENCE DES MODULES DISPENSES SUR L'ACTE D'ENTREPRENDRE

Question	OUI		NON		Total
	Effectif	%	Effectif	%	
L3	55	62,5%	35	67,30%	90
M2	33	37,5%	17	32,69%	50
Total	88	100 %	52	100 %	140

Dans la formation entrepreneuriale, certains modules dispensés influencent positivement dans l'intention de créer sa propre entreprise. Dans ce cas nous trouvons la majorité des étudiants sont influencés d'une manière positive. Dans notre échantillon d'étude, 55 étudiants de L3 et 33 étudiants de M2 ont exprimé leur souhait de créer leur entreprise suite aux variétés de modules que dispose cette formation notamment ceux relatifs à la création et aux dispositifs d'aide à la création de ces entreprises et les différents avantages qui leurs sont offerts.

TABLE 7

REPARTITION DE L'ECHANTILLON D'ETUDE SELON L'INTENTION DE CREER UNE ENTREPRISE

Question	Oui		Non		Je ne sais pas	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
L3	45	61,64%	30	66,66%	15	68,18%
M2	28	38,35%	15	33,33%	7	31,81%
Total	73	100%	45	100%	22	100%

De l'échantillon d'étude, 45 étudiants en L3 et 28 étudiants en M2 ont éprouvé leur intention de créer leurs propres entreprises. Cette décision est prononcée suite à diverses motivations.

TABLE 8

MOTIVATIONS D'ENTREPRENDRE

L'intention de créer votre propre entreprise est motivée pour ?	L3 %	M2 %
Existence de modèles d'entrepreneur	55,55%	57,14%
Enseignements spécifiques de la création d'entreprise	08,88%	10,71%
Expériences de travail, de stages dans une entreprise	11,11%	10,71%
Les démarches administratives	06,66%	07,14%
Les opportunités disponibles	06,66%	07,14%
Existence d'organismes permettant de vous accompagner dans votre projet	11,11%	07,14%
Total	100%	100%

L'idée de créer sa propre entreprise est motivée par la majorité des étudiants en L3 et M2 par l'existence de modèles d'entrepreneurs qui ont déjà suivi le même parcours et qui ont réussi. D'autres facteurs influencent aussi d'une manière positive il s'agit notamment des enseignements spécifiques de

création d'entreprise, des opportunités disponibles en matière financière et fiscale et aussi l'existence de certains organismes d'accompagnement du jeune investisseur.

Axe N°03 : Etude de la désirabilité du projet de création d'entreprises :

TABLE 9

DEGRE DE DESIRABILITE DE CREER SON ENTREPRISE

Question	Pas du tout satisfait	Peu Satisfait	Satisfait	Très satisfait	Neutre
	%	%	%	%	%
L3	83,33%	40%	40%	63,63%	50%
M2	16,66%	60	60%	36,36%	50%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

L'étude de la désirabilité du projet de création d'entreprises fait ressortir que les jeunes universitaires questionnés sont très satisfait de la formation et très satisfait de l'idée de concrétiser leur projet de création d'entreprise.

Axe N°04 : Etude de la faisabilité

TABLE 10

DEGRE DE D'INFLUENCE DE L'ENTOURAGE SUR LA CREATION D'ENTREPRISE

Question	Très faible	Faible	Moyenne	Forte	Très forte
	%	%	%	%	%
L3	55,55	71,42%	60%	64,70%	38,46
M2	44,44%	28,54%	40%	35,29%	61,53%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

L'entourage joue un rôle très important dans la création d'entreprise, car le jeune universitaire est influencé par l'idée que les autres ont réussi à faire monter leur projet, pourquoi pas nous ? C'est pour cela que nous avons fait ressortir de cette étude que la majorité des étudiants questionnés sont influencés d'une manière forte.

V-DISCUSSION DES RESULTATS

-Les résultats statistiques de notre enquête démontrent que : l'âge le plus présenté est celui de « moins de 25 ans » qui constitue l'âge représentatif des étudiants qui préparent un diplôme de licence.

-Suite aux différents cours dispensés en entrepreneuriat notamment les modules relatifs à la culture entrepreneuriale, la compétence entrepreneuriale, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise, les techniques de création et de reprises d'entreprises, influencent positivement sur l'intention d'entreprendre.

-Suite aux réponses positives données, nous avons constaté que par rapport à notre échantillon d'étude 60 étudiants en L3

ont exprimé une envie d'entreprendre ce qui explique que l'âge est déterminant dans l'action d'entreprendre.

-L'idée de créer sa propre entreprise est motivée par la majorité des étudiants en L3 et M2 par l'existence de modèles d'entrepreneurs qui ont déjà suivi le même parcours et qui ont réussi.

-L'étude de la désirabilité du projet de création d'entreprises fait ressortir que les jeunes universitaires questionnés sont très satisfait de la formation et très satisfait de l'idée de concrétiser leur projet de création d'entreprise.

-L'entourage joue un rôle très important dans la création d'entreprise, car le jeune universitaire est influencé par l'idée que les autres ont réussi à faire monter leur projet, pourquoi pas nous ?

VI- CONCLUSION

Au terme de ce travail nous pouvons dire que l'entrepreneur est un acteur indispensable dans le développement socio-économique qui contribue à l'innovation et la mise en œuvre de nouvelles stratégies, il est considéré comme un individu ayant des qualités distinctes (une personne innovatrice, créatrice et opportuniste qui aime relever des défis et prendre des risques).

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

Aujourd'hui, l'université algérienne est interpellée à développer des programmes d'enseignements et des formations sensibilisant, formant et accompagnant les étudiants à la création d'entreprise, pour les amener créer de leurs propres entreprises car 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.

Cette formation permet la transmission des connaissances nécessaires aux étudiants qui influencent sur les valeurs, les attitudes et les motivations, aussi elles les incitent à prendre des risques conscients pour le développement de nouvelles organisations créatrices de valeur ajoutée, et par conséquent le développement économique ce qui confirme aussi notre première hypothèse.

La recherche sur l'entrepreneuriat et les méthodes pédagogiques de son enseignement sont en phase de gestation. A cet effet, nous recommandons d'œuvrer pour rendre le dispositif universitaire plus performant en termes de sensibilisation, de formation et d'accompagnement des jeunes porteurs d'idées de projets. L'accent doit être mis essentiellement sur les attitudes à l'égard de la création

d'entreprise, les aptitudes entrepreneuriales et l'intention des étudiants à rendre leur comportement plus performant.

REFERENCES

- [1] S. ALLAOUA, « Evaluation de l'enseignement de l'entrepreneuriat et sa contribution au développement de l'intention entrepreneurial des étudiants « cas d'université d'Oran2 », Revue les cahiers du poindex, numéro 09 /juin 2018; p70.2019.
- [2] J-P. BECHARD, *L'enseignement en entrepreneurship à travers le monde: validation d'une typologie*, Management International, 3(1), p. 25-34. 1998.
- [3] Kh. BELLACHE, « Le rôle de l'université dans le développement de l'entrepreneuriat au Maroc: Cas d'INCO Scholar Incubateur universitaire d'entreprises sociales, l'Université de Rennes. p19. 2018.
- [4] J. BERRADA, A. TAGI. "Caractéristiques démographiques et intention entrepreneuriale : cas des étudiants marocains.". Revue africaine de management [En ligne]. Vol. 2, n°2, p. 206-219. 2017.
- [5] P. BOURGET, « Essai de psychologie contemporaine », Le Merre, Paris, p. 175. 1985.
- [6] A. FAYOLLE, *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans le système éducatif supérieur français : un regard sur la situation actuelle, dans Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat*, Gestion 2000, mai-juin, p188. 2000.
- [7] A. FAYOLLE, *L'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société, dans « l'art d'entreprendre »*, les Echos Edition, Paris. 2007.
- [8] A. FAYOLLE. « Enseignez, enseignez l'entrepreneuriat, il en restera toujours quelque chose », *Entreprendre & Innover* 2011/3 (n° 11-12), p. 147-158. 2011.
- [9] L-J. FILION, « Vision et relations: éléments pour un méta-modèle entrepreneurial », *International Small Business Journal*, vol. 9, n° 2, janvier, p. 26-40. 1991.
- [10] L-J. FILION, *Réaliser son projet d'entreprise*, Collection *Entreprendre*, (ed), *Histoire d'entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat*, Paris, Management et Société, P 251-62.2005.
- [11] Y. GASSE, *Elaboration on the psychology of the entrepreneurs*. In Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. (eds), *Encyclopaedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs NJ, Prentice.1982.
- [12] A. GIBB, *Can We Build Effective Entrepreneurship Through Management Development?* *Journal of General Management*, summer, 24(4), p1-21.1999.
- [13] E-M, HERNANDEZ, *L'entrepreneuriat comme processus*, Revue International P ME, 8(1), 187-206. 1999.
- [14] M. LAUKKANEN, "Exploring Alternative Approaches in High Level Entrepreneurship Education: Creating Micro-Mechanisms for Endogenous Regional Growth", *Entrepreneurship and Regional Development*, n° 12, pp. 25-47. 2000.
- [15] B. NEUNREUTHER, « Les possibilités et les limites de la formation dans le domaine de la création d'entreprise », *Enseignement et Gestion*, n° 11, Automne, pp. 7-13. 1979.
- [16] A. OMRANE, A. FAYOLLE, O. ZERIBI BEN SLIMANE, « Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial, une approche dynamique », la revue des sciences de gestion, CAIRN.INFO 2011/5 n°25, France, p.92. 2011.
- [17] M. OUKACI, « Analyse multidimensionnelle des caractéristiques des entrepreneurs en Algérie", 11ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, université de Montpellier, France, p 2. 2019
- [18] J. RIES, "Une typologie des entrepreneurs luxembourgeois", *Cahier économique*N°103, Luxembourg, P.6. 2006.
- [19] B. SAPORTA. et T. VERSTRAETE, *Réflexions sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en science de gestion des universités françaises*, dans Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat, Gestion 2000, mai-juin,2000.
- [20] A. TOUNES « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La Revue des Sciences de Gestion* 2006/3 (n°219), p. 57-65.2006.
- [21] E. MADIMBA.,« *Entrepreneurship éducation au Luxembourg* » : in : Evaluation du programme de formation dans l'Enseignement
- Secondaire Technique régime technique et formation professionnelle, 2017, p.27.
- [22] T. Verstraete,« *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat* », Management et Société, Paris, 2000.
- [23] R. NKAKLEU ; « *les motivations des entrepreneurs aux pieds nus au Cameroun* », XXV Conférence Internationale de Management Stratégique AIMS- Les motivations des entrepreneurs aux pieds nus au Cameroun, Hammamet, Tunisie, 30 et 31 mai- 1 juin 2016.p.5