

ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE

Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion

Spécialité : MANAGEMENT ET ORGANISATION DES ENTREPRISES

THÈME :

ANALYSE EMPIRIQUE DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES PARTICIPANTS AUX PROGRAMMES D'INJAZ EL DJAZAIR

Élaboré par :

BENTERKIA Maroua

Encadreur :

Dr. AZOUAOU Lamia

Lieu de stage : INJAZ El Djazair

Période du stage : de 1 Mars au 30 Avril

2016/2017

ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE

Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion

Spécialité : MANAGEMENT ET ORGANISATION DES ENTREPRISES

THÈME :

ANALYSE EMPIRIQUE DE L'INTENTION ENTREPRENEURIALE DES PARTICIPANTS AUX PROGRAMMES D'INJAZ EL DJAZAIR

Élaboré par :

BENTERKIA Maroua

Encadreur :

Dr. AZOUAOU Lamia

Lieu de stage : INJAZ El Djazair

Période du stage : de 1 Mars au 30 Avril

2016/2017

Dédicaces

À *ma mère*, qui a œuvré pour ma réussite, par son amour, son soutien et tous les sacrifices consentis. Aussi, sa présence dans ma vie, son assistance et ses précieux conseils. Puisse ce travail témoigner de ma profonde affection et de mon éternelle gratitude et reconnaissance.

À *mon père*, qui n'a pas cessé de me soutenir et de m'encourager durant toutes mes années d'étude. Je le remercie pour l'éducation inculquée pleines de valeurs.

À mon unique sœur *Safa* et mes adorables frères *Mohamed Walid* et *Hichem*.

Aux membres d'*Abi Youcef Association* et aux collègues du *groupe 07 du management*.

Je vous dédie cette contribution modeste.

Remerciement

Je remercie le bon **Dieu** de m'avoir donné la force, le courage et la volonté qui m'ont permis de réaliser ce travail.

Toute ma reconnaissance va au docteur AZOUAOU Lamia pour son encadrement, son soutien et de ses précieux conseils concernant ma recherche.

Je tiens à remercier Mme ABDEL JABER Leen, la directrice d'INJAZ El Djazair de m'avoir accordée l'opportunité de faire partie de l'équipe INJAZ. Je remercie particulièrement M. BESSIDIK Oussama et M. SI SMAIL Abdelnour qui m'ont aidé à recueillir les données nécessaires à ma recherche.

J'exprime mes sincères remerciements aux Alumni du programme INJAZ EL Djazair qui ont accepté de me consacrer du temps et de me livrer leurs opinions lors de leur réponse au questionnaire.

Enfin, je présente mes vifs remerciement à tous ceux qui m'ont prêtée main forte, et ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail et au bon déroulement de mon stage pratique.

Table des matières

Dédicaces

Remerciements

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des annexes

Résumé

Introduction générale

Chapitre 01 : cadre conceptuel de l'entrepreneuriat 01

Introduction 02

Section 01: paradigmes de l'entrepreneuriat, définitions et intérêt 03

1.1. Définition de l'entrepreneuriat 03

1.2. Paradigmes de l'entrepreneuriat 05

1.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaire 05

1.2.2. Paradigme de l'innovation 06

1.2.3. Paradigme de la création de la valeur 06

1.2.4. Paradigme de la création d'organisation 07

1.3. Intérêt de l'entrepreneuriat 08

1.3.1. Entrepreneuriat et croissance économique 08

1.3.2. Entrepreneuriat et création d'emploi 09

1.3.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises 09

1.3.4. Entrepreneuriat et innovation 09

Section 02: entrepreneur, principal acteur de l'entrepreneuriat 10

2.1. Éléments de définition 10

2.2. Typologies de l'entrepreneur 11

2.2.1. Typologies de Schumpeter 11

2.2.2. Typologies de Smith 12

2.2.3. Typologies de Laufer 12

2.2.4. Typologies d'Ettinger 13

2.2.5. Typologies de Julien et Marchesnay 13

2.3. Caractéristiques de l'entrepreneur 14

2.3.1. Profil de l'entrepreneur 14

2.3.2. Compétences de l'entrepreneur	15
Section 03: aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie	17
3.1. Évolution de l'entrepreneuriat en Algérie	17
3.1.1. De 1962 – 1982	18
3.1.2. Les années post 1982	18
3.2. Dispositifs d'appuis et d'accompagnement à la création d'entreprises en Algérie	19
3.2.1. Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)	19
3.2.2. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)	20
3.2.3. Agence Nationale de Gestion du Micro crédit (ANGEM)	21
3.3. Spécificités de l'entrepreneuriat en Algérie	21
3.3.1. Entrepreneur reconverti	22
3.3.2. Entrepreneur contraint	22
3.3.3. Entrepreneur migrant	23
3.3.4. Entrepreneur héritier	23
Conclusion	25
	26
Chapitre 02 : intention entrepreneuriale	
Introduction	27
Section 01: fondements théoriques de l'intention entrepreneuriale	28
1.1. Éléments de définition de l'intention entrepreneuriale	28
1.2. Place de l'intention entrepreneuriale au sein du processus entrepreneuriale	29
1.2.1. Étapes du processus de création	30
1.2.2. Composantes du processus entrepreneurial	31
1.3. Passage de l'intention à l'action	32
Section 02: modèles explicatifs de l'intention entrepreneuriale	33
2.1. Modèle de l'événement entrepreneuriale de Shapero et Sokol (1982)	33
2.1. Théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen	35
2.1.1. Théorie de l'action raisonnée (1975)	35
2.1.2. Modèle conceptuel de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991)	37
2.2. Deux modèles repris de l'intention entrepreneuriale fondés sur la théorie du comportement planifié	38
2.2.1. Modèle repris par Krueger et Carsrud (1993)	38

2.2.2. Modèle d'Autio et al. (1997)	40
2.3. Modèles d'intention entrepreneuriale dans le contexte universitaire	41
Section 03 : déterminants de l'intention entrepreneuriale	43
3.1. Déterminants issus du modèle de Sokol et Shapero et du modèle d'Ajzen	43
3.1.1. Désirabilité	43
3.1.1.1. Motivations entrepreneuriales	43
3.1.1.2. Perception du risque	44
3.1.2. Faisabilité	45
3.1.2.1. Compétences	45
3.1.2.2. Accessibilité aux ressources	45
3.1.2.3. Présence d'un réseau d'aide et de conseil	46
3.1.3. Normes subjectives	46
3.1.3.1. Influence de l'entourage	46
3.1.3.2. Modèle d'entrepreneur	47
3.2. Déterminants complémentaires	47
3.2.1. Sexe	47
3.2.2. Expérience professionnelle	48
3.2.3. Enseignement de l'entrepreneuriat	48
Conclusion	50
Chapitre 03 : étude de l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ EL Djazair	51
Introduction	52
Section 01 : cadre et contexte de la recherche	53
1.1. Présentation de l'organisme d'accueil (INJAZ EL Djazair)	53
1.1.1. Mission d'INJAZ El Djazair	53
1.1.2. Rôles d'INJAZ El Djazair	54
1.1.3. Compétences développées	54
1.1.4. Dimension nationale	54
1.2. Programmes d'INJAZ EL Djazair	55
1.2.1. Littératie financière	55
1.2.2. Entrepreneuriat	55
1.2.3. Préparation à l'emploi	56
1.2.4. Spécificités du programme d'INJAZ El Djazair	57
Section 02 : méthodologie de la recherche	57

2.1. Présentation de la méthodologie de la recherche	57
2.1.1. Structure du questionnaire	58
2.1.2. Traitement du questionnaire	60
2.2. Présentation de l'échantillon d'étude	60
2.3. Outils d'analyse et d'interprétation des résultats	62
2.3.1. Statistique descriptive	62
2.3.2. Analyse de fiabilité	62
2.3.3. Régression linéaire	62
Section 03 : analyses et interprétations des résultats	63
3.1. Analyse descriptive des résultats	63
3.1.1. Tri à plat	63
3.1.1.1. Variables démographiques	63
3.1.1.2. Variable dépendante	64
3.1.1.3. Variables indépendantes	66
3.1.1.3.1. INJAZ El Djazair	67
3.1.1.3.2. Soutien de l'entourage	69
3.1.1.3.3. Formation	70
3.1.1.3.4. Financement	71
3.1.1.3.5. Motivations	71
3.1.2. Tri croisé	73
3.1.2.1. L'âge et l'intention entrepreneuriale	73
3.1.2.2. Le sexe et l'intention entrepreneuriale	74
3.1.2.3. INJAZ El Djazair et l'intention entrepreneuriale	75
3.1.2.4. Le soutien de l'entourage et l'intention entrepreneuriale	76
3.1.2.5. La formation et l'intention entrepreneuriale	76
3.1.2.6. Le financement et l'intention entrepreneuriale	77
3.2. Test de fiabilité	79
3.3. Analyse économétrique	79
3.3.1. Régression simple	79
3.3.2. Régression multiple	80
Conclusion	83
Conclusion générale et suggestions	85
Bibliographie	
Annexes	

Liste des tableaux

Numéro	Titre	Page
1.1	Les caractéristiques et les qualités de l'entrepreneur	15
1.2	Les modes de financement proposés par l'ANSEJ	21
2.1	Un récapitulatif des modèles mobilisés	42
3.1	Le sexe du répondant	63
3.2	L'âge du répondant	64
3.3	L'intention entrepreneuriale	64
3.4	La possession d'une idée ou d'un projet	65
3.5	L'origine de l'idée	65
3.6	Le délai de concrétisation du projet / de l'idée	65
3.7	La contribution des programmes d'INJAZ el Djazair	67
3.8	Les insuffisances des programmes d'INJAZ El Djazair	67
3.9	Les démarches nécessaires à la création d'entreprises	67
3.10	L'impact des programmes d'INJAZ el Djazair sur l'intention	68
3.11	Le modèle d'entrepreneur	69
3.12	Le soutien de l'entourage	69
3.13	La formation de l'entrepreneuriat à l'université	70
3.14	La formation de l'entrepreneuriat hors l'université	70
3.15	Les dispositifs d'aide à la création d'entreprises	71
3.16	Les motivations entrepreneuriales	72
3.17	Tri croisé « âge - intention entrepreneuriale »	74
3.18	Tri croisé « sexe - intention entrepreneuriale »	74
3.19	Tri croisé « INJAZ EL Djazair – intention entrepreneuriale »	75
3.20	Tri croisé « soutien de l'entourage - intention entrepreneuriale »	76
3.21	Tri croisé « formation - l'intention entrepreneuriale	77
3.22	Tri croisé « financement et l'intention entrepreneuriale »	78
3.23	L'analyse de variance à un facteur avec le test ANOVA	79
3.24	Les coefficients de modèle de régression linéaire	80
3.25	L'analyse de variance avec le test ANOVA	81
3.26	Les coefficients du modèle de régression multiple des variables	82

Liste des figures

Numéro	Titre	Page
1.1	Matrice des compétences entrepreneuriales	17
2.1	Les phases du processus de création de l'entreprise	30
2.2	Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)	34
2.3	Le modèle de la théorie de l'action raisonnée d'Ajzen et Fishbein (1980)	36
2.4	La théorie du comportement planifié d'Ajzen (TCP)	37
2.5	La théorie du comportement planifié revisitée par Krueger et Carsrud (1993)	39
2.6	Illustration du modèle final-les relations groupées	41
3.1	Les étapes de constitution de notre échantillon d'étude	61

Liste des annexes

Numéro	Titre
01	L'organigramme d'INJAZ EL Djazair
02	Le questionnaire sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ El Djazair
03	Le nombre des réponses au questionnaire sur Google Form
04	Le contenu du mail envoyé aux Alumni
05	L'analyse descriptive des variables démographiques
06	L'analyse descriptive de l'intention entrepreneuriale
07	L'analyse descriptive d'INJAZ El Djazair
08	L'analyse descriptive du modèle d'entrepreneur
09	L'analyse descriptive du soutien de l'entourage
10	L'analyse descriptive de la formation
11	L'analyse descriptive du financement
12	L'analyse descriptive des motivations
13	Le tri croisé « âge - intention entrepreneuriale »
14	Le tri croisé « sexe- intention entrepreneuriale»
15	Le tri croisé « INJAZ El Djazair - intention entrepreneuriale »
16	Le tri croisé « soutien de l'entourage – intention entrepreneuriale »
17	Le tri croisé « formation – intention entrepreneuriale »
18	Le tri croisé « financement- intention entrepreneuriale »
19	Le test de fiabilité
20	La régression simple
21	La régression multiple

Résumé

L'intention entrepreneuriale est le premier élément nécessaire dans le processus de création d'entreprises et le meilleur prédicteur du comportement entrepreneurial. Cette phase amont reflète le désir et la motivation de passer à l'acte entrepreneurial. Ce désir est influencé, positivement ou négativement, par plusieurs facteurs personnels et contextuels.

La présente recherche vise à mesurer l'impact des programmes d'INJAZ El Djazair sur l'intention d'entreprendre des participants, et à déterminer les facteurs influençant ce désir, et ce dans le but de concevoir un modèle de l'intention entrepreneuriale de ces participants.

La partie théorique passe en revue du cadre conceptuel du phénomène entrepreneurial, d'un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie, des fondements théoriques de l'intention entrepreneuriale, ainsi que des principaux modèles explicatifs de cette dernière.

Quant à la partie pratique, nous avons adopté une démarche analytique combinant une étude sur le terrain par le biais d'un questionnaire menée auprès de 206 personnes, et une analyse quantitative utilisant les différents outils statistiques et économétriques, à savoir l'analyse descriptive et la régression linéaire.

Les résultats de cette recherche ont révélé que les programmes d'INJAZ El Djazair, le soutien de l'entourage, la disponibilité du financement et les compétences professionnelles sont des facteurs ayant un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des participants.

Mots clés : l'entrepreneuriat, l'intention entrepreneuriale, INJAZ El Djazair, théorie du comportement planifié, théorie de la formation de l'événement entrepreneurial.

ملخص

النية المقاولتية هي أول عنصر في العملية المقاولتية و أفضل مؤشر بإمكانه التنبؤ بالسلوك المقاولاتي. هذه النية تمثل الرغبة في إنشاء شركة و هذه الرغبة تتأثر بالعديد من العوامل المتعلقة بشخصية الفرد و بيئته.

هذا البحث يهدف إلى تحديد العوامل المؤثرة سلبا أو إيجابا على النية المقاولتية للشباب المشارك في برامج إنجاز الجزائر, و كذا قياس مدى تأثيرها و هذا بغرض إنشاء نموذج للنية المقاولتية للمشاركين بهذه البرنامج.

القسم النظري لهذا البحث يتطرق إلى الإطار المفاهيمي للمقولة و المقاول , لمحة عن تطور هذه الأخيرة في الجزائر, الأسس النظرية للنية المقاولتية و النماذج الأساسية التي فسرت تكوين هذه النية.

أما القسم التطبيقي من البحث, فهو يتناول المنهجية المعتمدة في جمع البيانات من عينة تقدر ب 206 مشارك , و معالجة النتائج و الأدوات المستعملة كالإستبيان و الإحصاء الوصفي و الانحدار الخطي.

توضح النتائج أن برامج إنجاز الجزائر, دعم محيط الفرد , وجود التمويل و الكفاءات المهنية هي العوامل المحددة للنية المقاولتية للشباب المشارك.

الكلمات المفتاحية: المقولة , النية المقاولتية , إنجاز الجزائر, نظرية السلوك المخطط , نظرية تكوين الحدث المقاولاتي.

Introduction générale

À l'heure actuelle, l'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé de vitalité et de bonne santé d'une économie. En fait, ce phénomène permet d'améliorer la compétitivité entre les nations, favoriser la croissance économique, stimuler l'innovation et accroître les possibilités d'emploi. L'entrepreneuriat repose d'abord et avant tout sur l'entrepreneur car il est l'acteur central du processus entrepreneurial et à l'origine de toutes ces vertus.

Vu sa montée en puissance et son caractère multidimensionnel, plusieurs approches se sont alternées dans le but d'expliquer le phénomène entrepreneurial. Depuis plusieurs décennies, les recherches en entrepreneuriat portent un intérêt accentué à la phase amont qui concerne les individus en devenir dans processus de création d'entreprise, à savoir la phase de l'intention entrepreneuriale.

Tout passage à l'acte est devancé par une intention, et en entrepreneuriat, l'acte d'entreprendre est précédé par l'intention d'entreprendre. Cette dernière traduit la conviction personnelle d'un individu qu'une carrière d'entrepreneur est préférable pour soi. Cette conviction permet de prédire les comportements entrepreneuriaux et d'identifier les entrepreneurs potentiels. L'intention entrepreneuriale représente le premier élément nécessaire dans le processus de création d'entreprise, elle est expliquée, voire même influencée, par plusieurs facteurs personnels et contextuels.

En vue de stimuler l'intention entrepreneuriale, plusieurs organismes privés et publics ont été mis en place un peu partout dans le monde. L'Algérie n'était pas à l'épargne de ce phénomène. En fait, le pays a donné naissance aux multiples structures de formation en entrepreneuriat, d'accompagnement de projets de création et de développement d'entreprises.

INJAZ EL Djazair était l'une de ces structures. Cet organisme, depuis sa mise en place en 2010, assure des programmes en entrepreneuriat visant à susciter l'esprit entrepreneurial des jeunes algériens et à les amener à se rapprocher des comportements et des attitudes des entrepreneurs créateurs de richesses économiques et sociales. Autrement dit, INJAZ EL Djazair a pour mission de favoriser l'intention entrepreneuriale des jeunes algériens.

Cette présente recherche tente alors d'expliquer la formation de l'intention entrepreneuriale des jeunes participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair. En d'autres termes, l'objectif principal de cette étude est de mesurer l'impact des programmes d'INJAZ EL Djazair sur l'intention d'entreprendre des participants, et de déterminer les différents facteurs influençant ce désir.

L'étude de l'intention entrepreneuriale revêt une grande importance. En fait, étudier cette phase amont permet d'avoir une image globale de l'entrepreneuriat, vu que nous ne portons pas intérêt uniquement à ceux qui ont concrétisé leurs projets entrepreneuriaux mais à ceux qui sont en amont du processus entrepreneurial. En outre, cette étude permet de comprendre les facteurs qui favorisent ou inhibent l'intention, la chose qui aide à développer ce désir en suscitant les facteurs ayant un impact positif d'une part, et à prédire les actes entrepreneuriaux d'autre part. De plus, étudier la phase amont du processus entrepreneurial permet d'enrichir les recherches dans le domaine d'entrepreneuriat vu que très peu de recherches ont été réalisées en la matière en Algérie d'un côté, et vu l'absence des études d'impact des programmes d'INJAZ EL Djazair sur le désir d'entreprendre d'un autre côté.

Les objectifs tracés dans cette présente recherche, ainsi que l'importance mise en évidence de l'étude de l'intention entrepreneuriale nous amènent à poser la problématique suivante :

Quels sont les facteurs qui influencent l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair ?

Pour répondre à cette problématique et pour donner une suite logique à notre recherche, nous posons les questions secondaires ci-dessous :

- Quel est l'impact des programmes d'INJAZ EL Djazair sur l'intention entrepreneuriale de leurs participants ?
- Quel est l'impact des autres facteurs sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair ?

Dans le but d'apporter une réponse à ces questions, nous avons jugé utile de formuler les hypothèses suivantes :

- L'hypothèse H_1 : les programmes d'INJAZ EL Djazair ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale de leurs participants (Alumni).
- L'hypothèse H_2 : il existe d'autres facteurs ayant un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

Pour tester la validité de nos hypothèses de recherche, nous avons adopté une démarche analytique combinant une étude sur le terrain et une analyse quantitative en se basant sur différents outils statistiques et économétriques.

L'étude empirique a été réalisée par le biais d'un questionnaire destiné aux participants des programmes d'INJAZ El Djazair et exploité par le logiciel SPSS. Quant à l'analyse descriptive, nous avons utilisé le tri à plat pour dénombrer les réponses de chaque question, et le tri croisé pour identifier les relations existant entre les différentes variables. Enfin, l'analyse économétrique a été réalisée à travers la régression linéaire, simple et multiple, et ce pour concevoir un modèle de l'intention entrepreneuriale des Alumni d'INJAZ El Djazair.

Afin d'apporter des éléments de réponse à notre problématique de recherche, nous avons réparti notre travail en trois chapitres, dont les deux premiers appartiennent à la partie théorique, et dont le troisième appartient à la partie pratique:

Le premier chapitre traitera le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat en trois sections dont la première sera consacrée aux définitions de l'entrepreneuriat, ses paradigmes et ses intérêts, la deuxième sera dédiée à l'entrepreneur et la dernière donnera un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie.

Le deuxième chapitre traitera l'intention entrepreneuriale en trois sections dont la première définira les fondements théoriques de l'intention entrepreneuriale, la deuxième passera en revue des principales théories expliquant la formation de l'intention entrepreneuriale et dont la dernière identifiera les différents déterminants qui influencent ce désir.

Le troisième chapitre étudiera l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ El Djazair en se basant sur trois sections dont la première définira le cadre et le contexte d'étude, la deuxième présentera la méthodologie de la recherche lors de la collecte et l'analyse des données, et dont la dernière analysera et interprétera les principaux résultats obtenus.

Chapitre 01

Cadre conceptuel de l'entrepreneuriat

Nombreux sont les chercheurs qui ont essayé d'éclairer le concept de l'entrepreneuriat, chacun de son angle d'étude, d'où l'existence d'un panel varié de conceptions. Cependant, toutes ces dernières considèrent l'entrepreneur comme l'agent central de tout acte entrepreneurial, et les auteurs lui ont accordé une grande importance lors de leurs recherches.

Actuellement, l'entrepreneuriat joue un rôle vital dans le développement économique et social des nations, et ce à travers ses différents apports. L'Algérie n'est pas à l'épargne de ce phénomène, toutefois ce dernier a ses particularités en ce pays.

Le présent chapitre se composera alors de trois sections: la première section aura pour objectif de définir le concept de l'entrepreneuriat, ses paradigmes ainsi que son intérêt sur le plan économique et social. La deuxième section sera dédiée à l'entrepreneur: sa définition, ses différentes typologies et ses caractéristiques.

Enfin, dans la troisième section, nous tenterons de faire un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie, et ce dans le but de contextualiser cette présente recherche, nous commencerons alors avec l'évolution de l'entrepreneuriat depuis l'indépendance à ce jour, puis nous définirons brièvement les trois dispositifs phares d'accompagnement et de soutien, et à la fin, nous identifierons les spécificités de l'entrepreneuriat en Algérie ainsi que les différentes typologies de l'entrepreneur Algérien.

Section 01 : paradigmes de l'entrepreneuriat, définitions et intérêt

Vu la difficulté de donner une unique définition à l'entrepreneuriat, et le caractère indissociable mais plutôt combinatoire de ses paradigmes, ainsi que sa contribution sur le plan socio-économique, nous allons consacrer une section pour essayer de cerner les différentes dimensions de ce concept.

Cette section est composée de trois sous-sections: en premier temps nous allons introduire les différentes définitions de l'entrepreneuriat, puis nous allons présenter les paradigmes de ce concept, et enfin, nous allons terminer avec le rôle et l'intérêt de ce phénomène.

1.1. Définition de l'entrepreneuriat :

*« Il n'existe pas de meilleure définition de l'entrepreneuriat, mais des acceptations qui répondent à des problématiques de recherche, nous considérons l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe »*¹. Vu l'attention soutenue à l'entrepreneuriat de la part des différents domaines, il est difficile d'apporter avec exactitude une définition et un cadre spécifique.

Nombreux sont les chercheurs ayant défini ce concept, chacun à sa manière et chacun le renvoyait à plusieurs autres termes :

Nous ne pouvons pas parler de ce phénomène en se passant du père de l'entrepreneuriat Schumpeter (1979), d'après lui *« un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie »*²

Selon Gasse (1992): *« l'entrepreneuriat est l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus »*.³

Dans le même sens Scott (1998) postule que : *« l'entrepreneuriat consiste à mettre à profit de façon créative les valeurs de l'environnement »*⁴

¹ Tounes (A), « l'intention entrepreneurial théorie et modèles », 4^{ème} édition Sanabel Med SA, Tunisie, 2007, p 74.

² Cité par Berziga (A) et Meziane (A), « la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs Algériens », colloque national sur : les stratégies d'organisation et d'accompagnement des pme en Algérie, université Kasdi Merbah Ouargla, faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion, date non indiquée, p 2.

³ Cité par Danieuil (P.N) et Madaoui (M), « entrepreneur magrébin : terrain en développement », édition Karthala et IRMC, Paris, France 2011, p 36.

⁴ Cité par Facchini (F), « Entrepreneur et croissance économique : développements récents », revue d'économie industrielle N 119, 2007, P 55 -84.

De ces trois définitions, nous pouvons conclure que l'entrepreneur est l'agent central de l'entrepreneuriat, et que l'importance de cet acteur se caractérise par sa capacité à identifier puis saisir les opportunités d'affaire qui se présentent, et ce dans le but de satisfaire les besoins de son environnement d'une manière innovante.

Fillion (1988 et 1991) atteste que l'entrepreneuriat peut être défini 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* »¹.

Selon Coster (2003): « *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* »².

De sa part Tounes (2003) considère l'entrepreneuriat comme : « *un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, culturels, politique et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perception de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné* »³. Autrement dit, l'entrepreneuriat est un processus continue qui se déclenche par plusieurs facteurs l'intérêt de l'entrepreneuriat réside dans l'évolution continue et perpétuelle de la société et l'économie des pays.

Les présentes définitions insistent sur le fait que l'entrepreneuriat est un domaine d'intérêt capital pour le développement continu de la société et de l'économie des nations. Elles le considèrent aussi comme un concept complexe mettant en valeur des multiples dimensions à savoir psychologiques, sociologiques et comportementales.

Selon ces définitions, l'entrepreneuriat n'est pas une fin en soi mais beaucoup plus un moyen de service et de développement de l'économie. Il est un atout complexe qui nécessite de la part des acteurs et des entrepreneurs des qualités certaines et des compétences indispensables, et notamment l'état d'esprit d'entreprise qui constitue la qualité la plus fondamentale pour réussir le projet de création de l'entreprise.

¹ Cité par Filion (I.j) et Fayolle (A), « devenir entrepreneur des enjeux aux outils », édition village mondial, 2006, p. 254.

² Cité par Gastine (L), « L'entrepreneuriat en France et dans le Grand Lyon », Centre Ressources Prospectives Du grand Lyon, France, 2007, P 3.

³ Tounes (A): « l'intention entrepreneuriale: une recherche coopérative entre les étudiants suivants des formations en entrepreneuriat, (bac +5) et des étudiant en DESS CAAE », thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, France, 2003, P 30.

1.2. Paradigmes de l'entrepreneuriat :

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat a connu un grand développement ces dernières décennies. Néanmoins, l'entrepreneuriat étant un domaine complexe, plusieurs approches ont été adoptées afin d'essayer de cerner le caractère multidimensionnel de ce dernier, d'où l'émergence de la notion de paradigme.

Fayolle et Verstraete ¹ (2004) définissent le paradigme de l'entrepreneuriat comme étant : « *une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partagent le point de vue proposé par le paradigme* ». Selon eux, le paradigme se structure autour de quatre concepts dominants: l'opportunité d'affaire, l'innovation, la création de la valeur et la création de l'entreprise. Autrement dit, nous ne pouvons pas se passer de l'un de ces quatre concepts centraux lors de la définition de l'entrepreneuriat car ils représentent des visions et des principes unifiés autour desquels se rencontrent n'importe quel acte entrepreneurial.

1.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaire :

Plusieurs auteurs ont apporté des définitions au concept de l'opportunité d'affaire : Casson (1982), Shane et Venkataraman (2000) et Eckhardt et Shane (2003) ont défini l'opportunité entrepreneuriale comme « *des situations dans lesquelles de nouveaux biens, services, matières premières, marchés et méthodes d'organisation peuvent être introduits par de nouveaux moyens ou fin* »².

Le grand mérite revient à Shane et Venkataraman (2000) qui ont intégré une approche processuelle des opportunités. Ces deux auteurs considèrent l'entrepreneuriat comme un domaine d'étude qui s'intéresse d'un côté à l'existence d'une opportunité d'affaire, et d'un autre côté à l'existence d'un entrepreneur pour identifier, évaluer et exploiter cette opportunité. De ce fait, ce processus de détection, d'évaluation et d'exploitation s'inscrit comme le principal objet d'étude de l'entrepreneuriat.

Messeghem ³(2006) a proposé ensuite un modèle cognitif expliquant le processus des opportunités en s'appuyant sur le modèle de Venkataraman. Ce modèle cognitif identifie trois

¹ Fayolle (A) et Verstraete (T), « quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en -entrepreneuriat », 7^m congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, France, 27-29 Octobre, 2004, P 33-52.

² Cité par Baldegger (R), « une perspective entrepreneuriale sur l'internationalisation des PME », Revue économique et sociale, N 3, septembre 2009, P 73.

³ Messeghem (K), « l'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », CIFEPME, 8^e congrès international francophone en entrepreneuriat et pme, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006, P 7.

principales phases : la phase de découverte d'opportunité d'affaire, puis la phase de l'évaluation et ensuite la phase d'exploitation d'opportunité d'affaire. En même temps, ce modèle identifie trois attitudes qui représentent des comportements de l'entrepreneur à savoir, la phase cognitive où l'individu aperçoit l'opportunité donc la visualise, puis le niveau affectif qui dépendra de son envie de poursuivre ou non cette opportunité et enfin, le niveau conatif où l'entrepreneur aura une attitude à agir qui le conduira à avoir une intention entrepreneuriale donc exploiter son opportunité.

1.2.2. Paradigme de l'innovation :

C'est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter.

Certains chercheurs assurent que l'entrepreneuriat implique la présence d'innovation: pour Julien et Marchesnay (1996) « *L'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens et services ou encore pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant. C'est découvrir ou transformer un produit. C'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre* »¹.

Les autres chercheurs disent qu'il peut y avoir des activités entrepreneuriales où l'innovation est absente, comme le cas des entrepreneurs qui prennent la relève de leurs affaires familiales, ou les entrepreneurs qui copient ou suivent la voie de leur famille, ou ceux qui se lancent dans les secteurs générateurs de richesse les plus développés au sein de leur pays.

1.2.3. Paradigme de la création de la valeur :

L'une des principales motivations qui poussent les individus à entreprendre est la création de la valeur.

Ronstadt (1984) définit l'entrepreneuriat comme : « *un processus dynamique de création d'une valeur croissante, cette valeur est créée par des individus qui assument, les risques majeurs en terme d'équité, de temps, et/ou de l'engagement de carrière de fournir la valeur pour quelques produits ou services. Ce produit ou service peut ou ne peut pas être nouveau ou unique mais la valeur doit être infusée par l'entrepreneur en se procurant et*

¹ Cité par Saleh (L), « L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban », thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Nancy 2, France, 2011, P 112.

allouant les compétences et les ressources nécessaires »¹. Dans cette définition, l'auteur affecte la tâche de création de valeur à l'entrepreneur, qui devra en surmontant les difficultés, combiner entre les ressources nécessaires dans le but de créer de la valeur, pas forcément pour une création nouvelle ou unique (produits/services), mais aussi, pour le développement d'une création existante.

Pour Fayolle et Messeghem (2011), l'entrepreneuriat est un processus mené par un entrepreneur et consistant à chercher, poursuivre et exploiter une opportunité d'affaire dans le but de développer une organisation mettant en œuvre une vision stratégique et contribuant à la création de la valeur².

Aujourd'hui, il est parfaitement admis que l'entrepreneuriat est apporteur de richesse et un vecteur vital de croissance économique pour les nations. En d'autre terme, quelque soit le produit ou service mis sur le marché (nouveau ou déjà existant), l'entrepreneur a pour mission de la création de valeur.

Cette chose a été attestée par Bruyat³ (1993), qui a montré dans son travail doctoral que l'objet scientifique étudié dans les champs de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur. Autrement dit, le champ de l'entrepreneuriat s'articule autour de la relation liant l'individu entrepreneur et la valeur créée par ce dernier, et que cet individu est condition nécessaire pour la création de valeur.

1.2.4. Paradigme de La création d'organisation :

Ce paradigme représente le cœur de l'acte entrepreneurial et la phase la plus apparente dans ce processus.

D'après Gartner⁴ (1985), considéré le premier à parler de l'émergence organisationnelle, l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation, et que le fait d'étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance ou l'émergence de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité juridique indépendante.

¹ Cité par Verstraete (T), « Entrepreneuriat et management stratégique : des domaines singuliers se recouvrant par le truchement des stratégies entrepreneuriales », *Management International*; Vol 6, No 2; 2002, P 55.

² Cité par Grandclaude (D) Et Nobre (T) : « Caractéristiques du propriétaire-dirigeant de PME : entre l'être et le faire, où en sommes-nous », 22^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique, AIMS, 2013, P 4.

³ Cité par Jaziri (R), « Vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », actes du colloque international sur « entrepreneuriat et entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis », Avril 2009, P10.

⁴ *Idem*, P 7-8.

Ce paradigme a incité certains chercheurs à considérer l'organisation à la fois comme un moyen et comme le résultat du processus entrepreneurial. Cette dimension dialogique est défendue par Verstraete¹ (2003) qui atteste que : « *l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés à l'occasion* ».

En outre, ce paradigme était largement corrélé au paradigme de l'opportunité par Bygrave et Hofer (1991), qui, dans leur définition de l'entrepreneur stipulaient: « *Un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre* »². Autrement dit pour exploiter une opportunité d'affaire, il faut s'organiser, et ce à travers l'allocation des différentes ressources qui se convertissent en une organisation.

1.3. Intérêt de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat a des apports et intérêts économiques et sociaux très divers, parmi lesquels on peut citer :

1.3.1. Entrepreneuriat et croissance économique :

L'entrepreneuriat est un des facteurs important pour une économie en pleine croissance. En effet, la création des nouvelles entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique, et permet de dynamiser le tissu économique d'un pays. L'influence des nouvelles initiatives entrepreneuriales est déterminante, car démarrer une nouvelle entreprise stimule la productivité, augmente la compétitivité et rapporte une diversification de l'industrie d'une nation.

Les entrepreneurs jouent aussi un rôle fondamental, leur présence permet d'accroître l'efficacité d'une économie en facilitant les transactions entre des agents dont les préférences et les disponibilités en ressources ne sont pas identiques. Des études au près du Global Entrepreneuriat Monitor (GEM) en 2003 montrent que dans les pays où l'activité entrepreneuriale est élevée, la proportion du PIB provenant des projets entrepreneuriaux augmente chaque année : « *En conformité avec les résultats des années précédentes, la croissance économique national est associée à un haut taux d'entrepreneuriat. Plus spécifiquement, la corrélation entre l'activité entrepreneuriale d'une année et la croissance du produit intérieur brut, deux ans plus tard, est positive et significative* »³.

¹ Verstraete (T), « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », édition de l'ADREG, 2003, P 13.

² Cité par Jaziri (R), *op.cit*, P 9.

³ www.gemconsortium.org (consulté le: 5- 4-2017 à 17h).

1.3.2. Entrepreneuriat et création d'emploi :

L'une des principales vertus de l'entrepreneuriat sur l'économie est la création de nouveaux postes de travail, celle-ci est considérée comme une contribution majeure à l'économie.

Selon Gasse (2003): « *les PME dynamisent le milieu par la création d'emplois, l'exploitation des ressources, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes, l'émulation auprès de la population, surtout auprès des jeunes, et aussi par la diversification et la complémentarité des entreprises, petites et grandes, en assurant ainsi une certaine stabilité et une meilleure pérennité des économies locales et régionales* »¹.

Alors l'entrepreneuriat peut être un vecteur de réinsertion sociale, un moyen de résorption du chômage et considéré comme une source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois.

1.3.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises :

La création et la reprise d'entreprise permettent de renouveler et de reconstruire le tissu économique du pays. Cela permet aussi de constituer un contrepoids aux nombreuses entreprises qui cessent leurs activités et disparaissent de la scène économique. Autrement dit, l'entrepreneuriat permet de compenser la disparition et l'échec d'autres entreprises existantes².

1.3.4. Entrepreneuriat et innovation :

Une autre vertu par laquelle l'entrepreneuriat soutient l'économie est par l'innovation. En effet, les nouvelles innovations peuvent relancer l'économie dans la mesure où elles peuvent apporter de bonnes méthodes au travail et à la production ainsi que de nouvelles créations d'entreprises. Les nouvelles structures innovantes vont pousser les autres entreprises à être plus performantes du fait de la concurrence ce qui va être à l'origine de la croissance à long terme et du dynamisme industriel.

Schumpeter (1950) a introduit la force du processus de « *destruction créatrice* » qui caractérise l'innovation. Selon cet auteur, l'émergence de nouvelles entreprises met souvent les autres en difficulté, et cause même la disparition de celles qui n'ont pas pu ou su adapter leurs produits et services aux besoins du marché ou renouveler leurs technologies. D'après le

¹ Cité par Gasse (Y) : « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Faculté des sciences de l'administration-Université Laval, Québec Canada, 2004, P 59.

² Filion (I.J) et Fayolle (A) ; *op.cit*, P 25.

même auteur, l'entrepreneur constitue le moteur de ce processus de « *destruction créatrice* » en identifiant les opportunités que les autres acteurs en place ne les identifient ou saisissent pas, et ce dans le but de lancer une nouvelle activité économique. ¹

Section 02: entrepreneur, principal acteur de l'entrepreneuriat

Vu que l'entrepreneur constitue la colonne vertébrale du processus de l'entrepreneuriat et il en représente le sujet et l'acteur, et vu l'importance accordée à ses caractéristiques individuelles et ses compétences par les chercheurs; nous allons consacrer une section composée de trois autres sous-sections pour mieux appréhender le concept de l'entrepreneur : d'abord, nous allons commencer par définir cette notion. Ensuite, nous allons introduire ses différentes typologies. Enfin, nous allons présenter les caractéristiques de cet acteur.

2.1. Éléments de définition:

L'entrepreneur est l'acteur de l'entrepreneuriat, c'est celui qui innove dans la détection et la manière de saisir les opportunités d'affaire, mais aussi dans l'organisation des ressources nécessaires à la création de valeur.

Selon Hisrich et Peters (1991), « *l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau* »². Pour ces auteurs, l'entrepreneur est un organisateur et un innovateur.

Mc Clelland (1965) de son côté définit l'entrepreneur comme : « *une personne qui organise et maintient une entreprise en assumant les risques de la recherche du profit* »³. Cet auteur définit l'entrepreneur comme un organisateur ou un gestionnaire, qui conduit son entreprise et assume tous les risques liés à sa gestion dans le but d'avoir un profit.

Pour Schumpeter (1911): « *l'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour basculer la propension à la routine et réaliser des innovations* »⁴. D'après cet auteur, l'entrepreneur est le fruit du hasard et, doué d'un courage, d'une intuition et d'une motivation surprenante lui permettant de

¹ Cité par Fayolle (A), « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, France, 2005, P 19.

² Cité par Nasroun (N) et Bellataf (M), « les déterminants de la création des PME, cas de Ouargla », Revue de l'université de Ouargla, 2014, P 8.

³ Cité par Siach (A.R), « contribution du profil entrepreneurial à la réussite de l'entreprise: cas des entrepreneurs de Ouargla », magistère en sciences de gestion, Université de Ouargla, 2003, P18.

⁴ Cité par Facchini (F), « Entrepreneur et croissance économique : développements récents », revue d'économie industrielle, N 113, 2007, P 8.

dépasser toutes les normes traditionnelles et résister aux difficultés de la société. L'entrepreneur est ainsi considéré comme l'acteur de l'entrepreneuriat, sa fonction principale est alors l'innovation.

Pour sa part Casson (1991) définit l'entrepreneur comme étant: «*quelqu'un de spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares*»¹. De cette définition en générale et du mot « spécialisé », nous déduisons que l'entrepreneur est un être doté de caractéristiques et de qualités uniques lui permettant d'être différent des non entrepreneurs.

2.2. Typologies de l'entrepreneur :

L'approche typologique est intéressante car d'une part, elle permet d'affiner la définition de l'entrepreneur. D'une autre part, elle permet de mieux appréhender le concept d'entrepreneur en fonction de son environnement, de son activité, de sa façon de s'organiser, de sa légitimité et de sa vision. Il existe plusieurs typologies, cependant, nous allons aborder cinq d'entre elles:

2.2.1. Typologies de Schumpeter :

Schumpeter² (1935) distingue quatre types d'entrepreneurs :

- **Fabriquant commerçant** : cet entrepreneur est capitaliste. Il a une vision autocratique de son rôle au sein de son entreprise qui n'est autre que le prolongement de sa propre personnalité. Ses compétences sont diverses. La transmission de sa position d'entrepreneur ainsi que de la propriété de l'entreprise se fait de façon héréditaire.
- **Capitaine d'industrie** : ce type d'entrepreneur agit soit par influence personnelle, soit en vue d'acquérir le contrôle ou la propriété de la majorité des actions.
- **Directeur salarié** : ce dernier n'est pas capitaliste et occupe un statut spécifique. Les résultats de l'entreprise peuvent l'intéresser ou pas.
- **Fondateur** : le fondateur s'engage dans le lancement et la conception de la nouvelle entreprise. Une fois qu'il lance l'affaire, il se désintéresse ou se retire complètement assez rapidement.

¹ Cité par Benhabib (A): « recherche en entrepreneuriat : quelles implications conceptuelles », revue des sciences humaines, N 14, université Mentouri, Constantine, décembre 2000, P 1.

² Cité par Perrous (F), « la pensée économique du Joseph Schumpeter : les dynamiques du capitalisme », édition Librairie DROZ, Genève, 1965, P 91-92.

2.2.2. Typologies de Smith :

Smith¹ (1967) a été l'un des premiers à proposer une typologie. Il distingue deux types d'entrepreneurs :

- **Entrepreneur artisan** : il est peu instruit mais en contrepartie il dispose d'une forte expérience technique. Il est propriétaire d'une petite entreprise, il ne cherche pas à réaliser de grands profits et il n'est pas très attiré par des perspectives de croissance car il a peur de perdre le contrôle. Son style de management est paternaliste. Il est peu sociable et rencontre des difficultés lors de son interaction avec l'environnement. Il exerce généralement dans des secteurs peu innovants.
- **Entrepreneur opportuniste** : il est instruit et dispose de fortes compétences en gestion. Il possède des expériences professionnelles diversifiées. L'un de ses principaux objectifs est d'assurer la croissance de son entreprise même s'il perd son indépendance. Son style de management est participatif, de ce fait, il délègue aisément. Il exerce généralement dans les secteurs les plus innovants.

2.2.3. Typologies de Laufer :

Laufer² (1975) propose une typologie contenant quatre types d'entrepreneurs, obtenus par le croisement des motivations de l'entrepreneur et ses principaux objectifs :

- **Entrepreneur manager ou innovateur** : diplômé d'une grande école. Après une carrière réussie au sein d'une grande entreprise, il quitte son emploi pour réaliser une idée ou un projet. Ce type d'entrepreneur est essentiellement motivé par le pouvoir et le désir de lancer et de développer une nouvelle activité. Ses buts sont principalement l'innovation, la croissance et le développement de son entreprise.
- **Entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance** : ce type d'entrepreneur est très intéressé par la croissance et l'autonomie financière de son entreprise, ces dernières constituent ses préoccupations principales. Il cherche en permanence un équilibre entre les deux. Ses motivations sont semblables à la figure précédente, néanmoins, le désir de pouvoir est beaucoup plus accentué.

¹ Cité par Filion (L.J), « Six types de propriétaires dirigeants de PME », Revue Organisations et Territoires, volume 9, N 1, hiver 2000, P 2-3.

² Cité par Filion (L.J), *op.cit*, P 2-3.

- **Entrepreneur refusant la croissance mais cherchant l'efficacité** : ce dernier crée son entreprise suite à une crise rencontrée dans son parcours professionnel. Ainsi, il pourra protéger son devenir professionnel. Son but principal est l'indépendance. L'aspect technique de l'entrepreneur et de l'entreprise est généralement accentué. Il refuse la croissance car il l'a perçoit comme une menace ou un frein à la réalisation de son principal objectif qui est l'indépendance. Ses motivations s'articulent essentiellement autour du désir de conserver le pouvoir et l'autorité et ainsi tout contrôler au sein de son entreprise.
- **Entrepreneur artisan** : ce type d'entrepreneur est essentiellement motivé par le besoin d'indépendance. Son objectif principal est la survie et la pérennité de son entreprise. À cet effet, l'entrepreneur artisan accorde plus d'importance à l'indépendance qu'à la réussite économique.

2.2.4. Typologies d'Ettinger :

Selon Ettinger¹ (1983), il existe deux types d'entrepreneurs :

- **Entrepreneur-indépendant**: il est motivé par un désir d'autonomie et d'indépendance. Il souhaite garder le contrôle de son entreprise, de ce fait, il délègue peu. Ainsi, il vise à maintenir une taille réduite pour son entreprise.
- **Entrepreneur –créateur d'organisation**: il est motivé par le développement de son entreprise et l'accroissement de son pouvoir, Il est ambitieux. Il n'hésite pas à mettre en place des pratiques modernes de délégation et d'organisation.

2.2.5. Typologies de Julien et Marchesnay :

La typologie proposée par Julien et Marchesnay² (1996) est basée sur la logique d'action de l'entrepreneur. Selon ces auteurs, il existe chez l'entrepreneur trois grandes aspirations socio-économiques à savoir: la pérennité de l'entreprise, l'indépendance et la croissance. En se basant sur ses aspirations, ils distinguent deux logiques d'action et donc deux types d'entrepreneurs:

¹ Cité par Duchéneaut (B), « les dirigeants des PME: enquête, analyses, chiffres pour mieux les connaître», centre de recherche PME, France, 1996, P 152-153.

² Cité par Vincent (L), « Portées et limites des typologies entrepreneuriales classiques appliquées à l'agriculture », 7^m Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, France, Octobre 2004, P 3-4.

- **Entrepreneur PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance):** les comportements de l'entrepreneur PIC sont semblables à ceux de l'entrepreneur artisan. Il cherche avant tout à assurer la pérennité de son entreprise. Il cherche à rester indépendant. Privilégiant l'autofinancement, il privilégie l'accumulation du patrimoine familiale, de ce fait, la croissance de son entreprise n'est pas prioritaire, il ne l'acceptera que dans la mesure où elle ne menace pas la pérennité de l'entreprise et son indépendance. Autrement dit, il a tendance à éliminer les risques et à privilégier l'indépendance au détriment de la croissance.
- **Entrepreneur CAP (Croissance, Autonomie, Pérennité):** les comportements de l'entrepreneur CAP sont similaires à ceux de l'entrepreneur opportuniste. Il recherche à relever des défis et vise l'accomplissement de soi plutôt qu'un travail sécurisant. Sa préoccupation principale est la croissance de son entreprise. Autrement dit, il cherche la croissance à tout prix, et il n'hésite pas à remettre en cause la pérennité de son entreprise en acceptant une perte d'indépendance.

2.3. Caractéristiques de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est la clé du dynamisme entrepreneurial et il se distingue du reste de la population, d'où l'intérêt de l'étude de ses caractéristiques individuelles qui permet de mieux comprendre cet acte ainsi que les déterminants de sa réussite.

2.3.1. Profil de l'entrepreneur :

Nombreuses sont les recherches qui ont été menées dans le but de déterminer les traits majeurs de l'entrepreneur, ces derniers sont variés, disparates et parfois même contradictoires du fait que ces recherches ont été portées sur des catégories d'entrepreneurs souvent fort distinctes (des individus qui viennent de démarrer leurs entreprises, des entrepreneurs en exploitation depuis longtemps, des dirigeants de micro-entreprises ou de PME, des entrepreneurs qui ont bâti de grandes entreprises).

L'entrepreneur est considéré comme un innovateur, un initiateur, un preneur de risque, ou encore comme un individu ayant un besoin d'accomplissement. Nous pouvons les synthétiser dans le tableau suivant ¹ :

¹ Bayad (M) et al. « Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences », 8^m congrès international en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006, P 5.

Tableau 1.1 : les caractéristiques et les qualités de l'entrepreneur

Caractéristiques	Qualités
Confiance en soi	Croit en ses propres capacités indépendantes, Optimiste
Volonté déterminée	Obstiné et persévérant, déterminé
Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre	Soucieux de la réussite ; bûcheur, dynamique, énergique, prendre des initiatives
Acceptation des risques	Prendre des risques calculés, aime les défis
Etoffer d'un –chef	Bon communicateur, bon contact avec les autres, attentif aux suggestions, critiques ; s'intéresse aux autres ; concerné par le développement des autres
Originalité	Innovateur, créatif, souple et ouvert d'esprit, ingénieux, s'adapte rapidement et facilement.
Tourné vers l'avenir	Prévoyant, visionnaire, intuitif

Source: Bayad (M) et al., *op.cit*, P5.

2.3.2. Compétences de l'entrepreneur:

Etre compétent, c'est avoir la capacité par rapport à quelques choses. Une compétence s'acquiert, se développe et se perfectionne. Divers auteurs ont proposé des typologies des compétences d'entrepreneurs :

Gaylen N. Chandler et Jansen¹ (1992) répartissent les compétences en trois catégories : entrepreneuriales, managériales et techno-fonctionnelles. Les compétences énoncées sont les suivantes : une capacité à identifier et exploiter les opportunités, une capacité à travailler intensément, une capacité à diriger des individus, une capacité politique à affirmer sa position dans un réseau d'affaires et une capacité technique.

¹ Cité par Lavolette (E.M) et Loue (C), « Les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel », 8^m congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Suisse, 2007, P 5.

Lorrain, Belley et Dussault ¹ (1998) ont trouvé douze habilités entrepreneuriales lors d'une recherche réalisée auprès d'un groupe de 300 entrepreneurs : identification d'opportunité d'affaire, vision stratégique, gestion du réseau d'affaires, gestion de son temps, gestion de son travail, gestion financière, gestion marketing, gestion des opérations, gestion du personnel, gestion des lois et de règlements, négociations d'affaires et prise de décision.

El Mili² (2006) propose une matrice des compétences entrepreneuriales croisant une dimension temporelle comportant trois segments : l'avant création, la création d'activité et l'après activité ; et une dimension spatiale composée également de trois niveaux: l'individu seul, dans une équipe et dans son environnement (figure 1.3).

Dans cette matrice, l'auteur distingue trois niveaux successifs de compétences: les cases 1, 4, 7 et 8 correspondent aux compétences de base ; la case 5 correspond à la compétence de création ; et les cases 2, 3, 6 et 9 à celles de la consolidation et de développement. Selon lui, les compétences entrepreneuriales de création (case 5) consistent à :

- Identifier et saisir l'opportunité.
- Analyser le marché, la concurrence et l'environnement de l'idée à développer.
- Définir les axes stratégiques.
- Elaborer un plan d'affaires et établir un planning de réalisation.
- Savoir vendre son projet et savoir négocier le financement.
- Piloter la planification.
- Connaître les disciplines du management et les aspects juridiques de l'entreprise.

¹ Cité par Bayad (M) et al. ,«entrepreneuriat et TPE, problématique de l'accompagnement », revue management et avenir N 40, 2010, P 9.

² El Mili (T), « tous entrepreneurs, compétences entrepreneuriales et formation », Edition Sanabil,Tunisie, 2006, P 75.

Figure 1.1 : matrice des compétences entrepreneuriales

Environnement général	Compétences environnementales (1)	Compétences des processus opérationnels (2)	Compétences des processus stratégiques (3)	Dimension spatiale
	Compétences collectives (4)	Compétences de création (5)	Compétences des processus d'appui (6)	
	Qualités personnelles Compétences de base (7)	Compétences en méthodes et conduite de projet (8)	Compétences de leadership (9)	
Environnement immédiat	<p>Compétences de base d'avant création Compétences liées à la création d'activité Compétences favorables à la survie de l'activité</p> <p style="text-align: center;">Dimension temporelle</p>			
Echelle individuelle				

Source : El Mili (T), *op.cit*, p 76.

Section 03 : aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie

Dans le but de contextualiser notre étude, nous allons retracer dans cette section en premier lieu l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie. Par la suite, nous allons avoir un aperçu sur les trois dispositifs phares d'appuis et d'accompagnement à la création d'entreprises dans le pays. Pour conclure, nous allons aborder les spécificités de l'entrepreneuriat algérien tout en évoquant les différentes typologies de l'entrepreneur algérien.

3.1. Évolution de l'entrepreneuriat en Algérie :

Le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement du tissu économique d'un pays n'est plus à démontrer. Néanmoins, l'entrepreneuriat n'a pas pris sa place dans les orientations économiques en Algérie qu'avec la transition du pays vers une économie de marché. C'est dans ce registre que l'esprit d'entreprise s'est développé et inscrit aujourd'hui au cœur des problématiques économiques des pouvoirs publics. En fait, l'entrepreneuriat existait bien avant l'indépendance, plusieurs entreprises ont été créées pendant la période de colonisation, mais les données relatives à ce fait sont modestes.

3.1.1. De 1962 – 1982 :

Après l'indépendance, l'Algérie a adopté une économie socialiste où elle avait le monopole sur tous les secteurs d'activité et elle favorisait les grandes entreprises publiques. L'État alors était l'entrepreneur principal dans l'économie, faisant ainsi figure d'employeur, de propriétaire, d'administrateur de ressources et responsable de la création et de la gestion des entreprises.

Dans cette période l'État algérien a mené plusieurs mesures dans le but de limiter l'entreprise privée: commençant par la nationalisation de nombreuses entreprises privées à capitaux étrangers ou nationaux de 1962 à 1966, et clôturant avec la constitution d'une charte nationale en 1976 dont les dispositions viennent renforcer la position politique restrictive à l'égard de l'entreprise privée dont l'existence ne peut être acceptée que dans sa forme non exploiteuse.

Néanmoins, L'entrepreneuriat privé existait en parallèle mais il n'occupait qu'une faible place dans l'économie du pays, car l'entrepreneur privé était guidé dans sa gestion, entouré par un environnement administré par l'État et un marché non concurrentielle et cantonné dans des activités périphériques.¹

Les évènements économiques internes et externes dans les années 1980, ont conduit l'Algérie à rompre avec le système économique socialiste, elle s'est orientée vers une économie de marché qui visait à encourager la création des petites et moyennes entreprises dont le but principal était la recherche de certaine complémentarité avec le secteur public. Autrement dit, le processus de désengagement de l'État a favorisé l'émergence du secteur privé. Cette mutation s'est manifestée par de nombreuses facilités administratives et structurelles telles que l'accès au crédit et à l'importation et ceux, grâce à la loi de 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif.

3.1.2. Les années post 1982 :

Cette période a été marqué par un processus de libéralisation, et ce grâce à la mise en place de différentes réformes économiques (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur). L'État est devenu alors facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée, et l'entrepreneur privé est enfin considéré comme une figure principale du développement économique du pays et dans la création de l'emploi.

¹ Cité par Firlas (M), « impacte des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes : Cas de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou », mémoire de Magistère en sciences de gestion, option management des entreprises, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, juin 2012, P 111.

A partir des années 2000, l'entrepreneuriat en Algérie sort réellement de sa phase d'absence, et le nombre des entreprises privées créées ne cesse pas d'augmenter. En 2014, les PME ont progressé de 9,54% soit une hausse de 74 237 entités par rapport à 2013¹.

3.2. Dispositifs d'appuis et d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie :

Pour permettre à l'entrepreneuriat privé de remplir ses missions qui lui sont attribuées dans le cadre des nouvelles réformes économiques, et pour soutenir l'entrepreneur dans le processus de création et de développement de son entreprise (vu son manque d'expérience), l'État algérien a mis en place de nombreux dispositifs et programmes de soutien.

Ces dispositifs ont été créés depuis plusieurs décennies (dans les années 1990), et ils ont joué un rôle important dans le développement de l'entreprise algérienne. Nous allons donc présenter brièvement les trois dispositifs phares mis en place par l'initiative de l'État à savoir: la CNAC, l'ANSEJ, et l'ANGEM.

3.2.1. Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) :

La CNAC est une institution publique de sécurité sociale, créée en 1994, sous la tutelle du Ministère de l'Emploi, Du Travail et de la Sécurité Sociale. Cet organisme avait pour mission principale d'atténuer ou d'amortir les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique décidés en application du Plan d'Ajustement Structurel.

Depuis sa création et vu l'émergence de différents besoins en Algérie, les pouvoirs publics ont attribué de nouvelles missions à la CNAC²:

- **L'indemnisation du chômage** : la mise en application d'un régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques en 1994.
- **Les mesures actives** : à partir de 1998 et jusqu'en 2004, la mise en œuvre des mesures actives destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires à travers l'aide à la recherche d'emploi et l'aide au travail indépendant par un personnel spécialement recruté et formé – les conseillers animateurs – et dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements également destinés à cette fin.

¹ <http://www.mdipi.gov.dz/> (consulté le : 04/04/2017 à 17.00).

² <http://www.okbob.net/article-le-site-officiel-de-la-cnac-algerie-caisse-nationale-d-assurance-chomage-115639202.html> (consulté le : 5/04/2017 à 12 : 00).

- **L'aide à la création d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans** : dans le cadre du Plan de Soutien à la Croissance Economique (PSCE) et de l'application du programme du président de la République consacré à la lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC s'est employée, à partir de 2004, en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans et ce jusqu'à juin 2010.
- **Le dispositif de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans** : dès 2010, de nouvelles dispositions ont permis à la population âgée de 30 à 50 ans d'accéder à plusieurs avantages notamment, le montant global du seuil d'investissement porté à 10 millions de DA au lieu de 5 millions de DA, ainsi que la possibilité de l'extension des capacités de production de biens et de services pour les promoteurs exerçant déjà leur activité.

3.2.2. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ):

L'ANSEJ¹ est une institution publique créée en 1997, ayant pour but d'encourager, de soutenir et d'accompagner à la création d'entreprise. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35 ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Cet organisme a pour mission de mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités, de leur assurer une formation en relation avec l'entreprise et d'encourager toute action visant la promotion de la création d'activité. Le processus d'accompagnement assuré par ce programme couvre les étapes de création, de lancement et d'extension de l'entreprise, et ce par des équipes d'accompagnateurs à partir des antennes ou annexes réparties à travers les 48 Wilayates du pays.

L'ANSEJ intervient pour financer des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars. Ce financement peut être triangulaire ou mixte (tableau 1.2).

¹ <http://www.ansej.org.dz/> (consulté le : 5-4-2017 à 12.30).

Tableau 1.2 : les modes de financement proposés par l'ANSEJ

	Financement triangulaire	Financement mixte
Apport personnel	De 1% à 2%	71% à 72%
Prêt sans intérêt ANSEJ	29 % à 28%	29% à 28%
Crédit bancaire	70%	Néant

Source : site officiel de l'ANSEJ

3.2.3. Agence Nationale de Gestion du Micro crédit (ANGEM) :

L'ANGEM¹ est un organisme à caractère spécifique, créé en 2004, dont les missions principales sont :

- Créer un dispositif de microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du microcrédit dans la mise en œuvre de leurs activités.
- Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leurs sont accordées.
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses de cahiers de charges.
- Assister les bénéficiaires des microcrédits, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.
- Assurer la formation des porteurs de projets et des bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus.

3.3. Spécificités de l'entrepreneuriat en Algérie :

Le concept de l'entrepreneuriat est universel mais la conduite entrepreneuriale change selon les spécificités de chaque pays. En fait, l'entrepreneuriat suit le contexte économique, social et politique auquel il évolue. L'entrepreneur n'est pas épargné de ce fait, il subit également des entraves liées à son environnement lors de l'exercice de son activité.

¹ <http://www.angem.dz/> (consulté le : 5-4-2017 à 15.30).

Madaoui ¹ a mené une enquête en Algérie, durant la période de 2002 et 2006, auprès de cinquante entrepreneurs exerçant dans de différents secteurs d'activités (imprimerie, télécommunication, alimentaire, textile, bâtiment et travaux publics...).

Les entretiens tenus dans le cadre de cette étude tournaient autour de l'histoire de vie de ces entrepreneurs, leurs motivations, les conditions de création et de développement de leurs entreprises, leur entourage, et à l'introduction ou pas de l'innovation dans le mode de fonctionnement de leurs entreprises.

En s'appuyant sur les caractéristiques individuelles et socioprofessionnelles des entrepreneurs interrogés, Madaoui a identifié quatre profils d'entrepreneurs algériens à savoir: entrepreneur reconverti, entrepreneur contraint, entrepreneur migrant, entrepreneur héritier.

3.3.1. Entrepreneur reconverti :

Selon l'auteur, cette catégorie rassemble des entrepreneurs ayant plus de cinquante ans, dont le niveau d'enseignement est égal ou supérieur au baccalauréat et dont la spécialité est le plus souvent technique. Les entrepreneurs appartenant à cette catégorie ont déjà une expérience professionnelle dans le secteur public comme étant des cadres ou des fonctionnaires (directeurs, gestionnaires, administratifs, ingénieurs...).

Ce type d'entrepreneurs s'est reconverti dans le secteur privé en lançant son propre entreprise, tout seul ou en s'associant à un porteur de capital, dans les années quatre-vingt-dix.

D'après les enquêtés, la présence d'une opportunité d'affaire sur le marché, vouloir gagner plus d'argent et fuir de tâches rigides et routinières liées à la fonction publique étaient les causes majeures qui ont déclenché leur intention entrepreneuriale.

3.3.2. Entrepreneur contraint :

La transition de l'Algérie vers une économie du marché a engendré plusieurs conséquences sur le plan socio-économique telle que la baisse des investissements publics en 1986. Cette dernière a amené l'État d'une part, à réduire les postes d'emploi créés dans la fonction publique, d'autre part, à mener un licenciement de masse dans le cadre des plans de restructuration des entreprises en 1994, la chose qui a entraîné une augmentation en taux de chômage.

Ces répercussions ont obligé les salariés et les employés renvoyés à avoir recours à la création d'entreprise dans le but d'échapper au chômage et à la précarité. Se lancer dans l'entrepreneuriat n'était jamais la résultante d'un choix personnel ou d'une opportunité

¹ Denieuil (P.N) et Madoui (M), *op.cit*, P 163-170.

d'affaire pour cette catégorie d'entrepreneurs, mais plutôt une contrainte pour faire face à une situation de chômage.

Ces anciens employés du secteur public ont lancé leurs entreprises au milieu des années 90, soit dans un secteur voisin ou complémentaire à leur domaine d'expertise, soit dans des secteurs complètement éloignés de leur domaine de compétences.

Pour l'auteur, l'entrepreneuriat n'était pas dans ce cas, le fruit d'une volonté d'entreprendre ou d'exploiter une opportunité ou même d'innover, mais plutôt un moyen de survie.

Madaoui inclut dans cette catégorie, les jeunes chefs d'entreprise ayant bénéficié de l'aide et l'accompagnement de l'ANSEJ, et il ajoute que ces derniers, dans leur majorité, ne disposent pas le savoir et les compétences nécessaires pour entreprendre.

3.3.3. Entrepreneur migrant :

Cette catégorie d'entrepreneurs comprend les personnes ayant quitté l'Algérie dès le jeune âge, et ayant connu une longue période d'immigration en France où elles ont acquis une grande expérience professionnelle.¹

Ces migrants ont rejoint leur pays d'origine au début des années 80, une période qui a coïncidé avec l'ouverture de l'économie algérienne et qui leur a offert un contexte favorable à la création de leurs entreprises.

Dans cette même catégorie, l'auteur insère les jeunes entrepreneurs qui ont reçu une aide financière de la part de leurs pères ou leurs frères ou même de leurs oncles installés depuis longtemps en France ou à un autre pays étranger afin de lancer leurs propres affaires.

3.3.4. Entrepreneur héritier :

Cette catégorie compte les entrepreneurs faisant partie d'une longue lignée d'entrepreneurs, remontant souvent à plusieurs générations. Ces entreprises ont été généralement créées dans le cadre du code d'investissement de 1966, et sont gérées par deux types de dirigeants:

- **Le premier type** : il comprend des dirigeants ayant un niveau d'enseignement assez élémentaire et commençant à travailler dans l'entreprise familiale dès leur jeune âge dans le but d'apprendre le métier. Ces héritiers prennent la relève à l'âge de 40 ou 50 ans. Leur objectif principal est d'assurer la pérennité et la transmission de l'affaire.

¹ *Idem*, P 163 – 170.

Ce type d'entreprise est perçu comme un moyen de survie pour les membres de la famille fondatrice.

- **Le deuxième type** : il comprend des dirigeants prenant la relève assez jeune (entre 25 et 30 ans) et ayant un niveau d'enseignement élevé (BAC+3). Ces héritiers ont l'esprit d'initiative, ils souhaitent innover et introduire des changements dans le fonctionnement de l'entreprise familiale, la chose qui peut être source de conflits entre générations (entre un père peu ouvert au changement et un fils soucieux de l'optimisation des procédés de gestion)¹.

¹ *Idem*, p 163 – 170.

Ce chapitre passe en revue des fondements théoriques du phénomène de l'entrepreneuriat, du concept de l'entrepreneur et d'un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie et ses spécificités. À la fin de ce chapitre nous pouvons conclure que :

L'entrepreneuriat est un concept complexe et multidimensionnel, nombreux sont les auteurs qui ont essayé de cerner sa définition. L'entrepreneuriat peut être défini à l'aide de ces paradigmes comme un processus décrivant une volonté de construire ou de saisir une opportunité d'affaire, et ce par le biais d'une organisation visant la création de la valeur aux différentes parties prenantes, cette dernière peut être le fruit d'une innovation.

Cette volonté est pilotée par un plusieurs acteurs, appelé (s) entrepreneur (s). L'entrepreneur est considéré comme la figure centrale du processus entrepreneurial. Cet acteur présente plusieurs typologies: un innovateur, un salarié, un fondateur, un commerçant, un opportuniste... Cet agent se dote d'un profil spécifique qui lui différencie des autres individus, et des compétences lui permettant d'exercer et de réussir son activité entrepreneuriale.

Au cours de ces dernières décennies, le champ de l'entrepreneuriat a connu un développement sans précédent, l'entrepreneuriat est une vertu pour l'économie et la société de toute nation: il (re)dynamise les entreprises, contribue au renouvellement et à la diversification de leur parc, participe à la création de l'emploi et de la richesse ainsi qu'à l'exploitation des ressources et il incite à l'innovation.

L'Algérie n'est pas à l'épargne de ces vertus : après la libéralisation de l'économie algérienne, l'entrepreneuriat est devenu une pièce maitresse dans le développement économique et social du pays. Aujourd'hui, les pouvoirs publics accordent une grande importance à la création d'entreprises. Les dispositifs de soutien et d'accompagnement est une facette de l'importance et l'intérêt que l'État porte à l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat est un phénomène universel mais la conduite entrepreneuriale change d'un pays à un autre suivant son contexte économique, social et politique.

Chapitre 02

Intention entrepreneuriale

L'entrepreneuriat est un champ vaste pouvant être abordé sous différents angles; quant à nous, nous avons choisi d'étudier la phase amont de la création, et plus précisément, l'intention entrepreneuriale.

En fait, étudier uniquement ceux qui ont pu concrétiser leurs projets d'entreprises n'est pas suffisant, mais il faut étudier également ceux qui sont en amont de ce processus. Car cette analyse permet, d'une part, d'enrichir les recherches dans le domaine d'entrepreneuriat. Et d'autre part, elle permet d'identifier les facteurs ayant un impact positif ou négatif sur l'intention entrepreneuriale.

Le présent chapitre sera scindé en trois sections: d'abord, nous commencerons avec les fondements théoriques de l'intention entrepreneuriale, et ce dans le but de définir ce concept, le placer au sein du processus de création d'entreprises et expliquer les conditions nécessaires au passage de l'intention vers l'action. Ensuite, nous passerons aux principales théories expliquant la formation de l'intention entrepreneuriale. Enfin, nous essayerons d'identifier les différents déterminants qui influencent ce désir, et qui sont issus des deux modèles phares dans la littérature de l'intention entrepreneuriale.

Section 1 : fondements théoriques de l'intention entrepreneuriale

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

Cette section abordera en premier lieu des éléments de définition de l'intention entrepreneuriale. Ensuite, elle situera cette dernière au sein du processus de création d'entreprises. Enfin, elle décrira le passage de l'intention vers l'action.

1.1. Éléments de définition de l'intention entrepreneuriale :

Une multitude de définitions ont été attribuées à l'intention entrepreneuriale, chaque chercheur a évoqué ce concept d'une manière différente :

Pour Bird ¹ (1988), « *l'intention est un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances des individus* ». À cette effet, la création d'entreprise sera considérée selon le même auteur comme : « *un résultat direct des intentions des individus qui sont influencés par les variables environnementales* ».

Azjen (1987) définit l'intention comme: « *une indication sur le niveau d'effort que l'individu est prêt à faire pour atteindre l'objectif souhaité, avec la performance souhaitée* »². Autrement dit, l'intention est la volonté de l'individu, son attachement ou bien son acharnement par rapport à la mise en œuvre de l'action qu'il planifie.

Pour Reynolds et Miller (1992): « *l'intention entrepreneuriale est l'engagement personnel de l'entrepreneur potentiel pour démarrer une activité.* »³

De leur part, Tubbs et Ekeberg (1991) disent que l'intention peut être décrite comme « *une représentation cognitive, d'une part, de l'objectif qu'un individu lutte pour atteindre, de l'autre part, du plan d'action qu'il a l'intention d'utiliser pour réaliser l'objectif en question.* »⁴

¹ Cité par Mahmoudi (M), « L'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens », CIFEPME, 2014, P 2.

² Cité par Tornikoski (E) et al., « le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale », revue française de gestion ; N 227, 2012, P 15.

³ Cité par Hernandez (É.M), « l'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », Lavoisier, Revue française de gestion, N°185,2008, P 89.

⁴ Tubbs (M) et Ekeberg (S): « The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting, theory and research. », In Revue Academy of Management Review, vol 16, N° 1, Janvier, 1991, P 180-199.

Hernandez (1995) définit l'intention entrepreneuriale comme suit: « *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. En général, elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir.* »¹

À son tour, Tounes (2003) dit que: « *l'intention reflète un moment historique en amont du processus entrepreneurial. Elle l'influence et se voit influencée par lui. Elle est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif, mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique* »².

Toutefois, il existe d'autres auteurs ³ qui définissent l'intention entrepreneuriale différemment: Sabourin et Gasse (1989), trouvent que l'intention entrepreneuriale est l'une des « *unités de mesure de la propension à entreprendre qui représente la présence, plus au moins grande, d'antécédents et de prédispositions* ». Pour Crant (1996), elle est définie par « *les jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise* ». Selon Davidsson (1995), « *elle est déterminée essentiellement par la conviction personnelle qu'une carrière d'entrepreneur est une alternative préférable pour soi* ».

De ces définitions, nous pouvons dire que l'intention entrepreneuriale est le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial, elle décrit une volonté individuelle imbriquée au sein d'un processus cognitif correspondant à l'engagement dans un comportement entrepreneurial. Cependant, cette volonté est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, et économiques.

1.2. Place de l'intention entrepreneuriale au sein du processus de création d'entreprises :

L'intention entrepreneuriale est une phase importante dans le processus de création d'entreprises. Elle décrit la volonté individuelle de créer une entreprise, et elle représente un des moments forts de ce processus.

Selon Tounes (2007): « *il n'est pas suffisant d'étudier ceux qui ont concrétisé leurs projets, mais aussi ceux qui sont en amont de ce processus* ». En effet, l'étude de l'intention entrepreneuriale permet d'identifier les facteurs déterminants de cette volonté de création, d'où l'intérêt d'étudier ceux qui n'ont pas matérialisé leurs projets d'entreprises également.

¹ Hernandez, (E.M), *op.cit*, P 89.

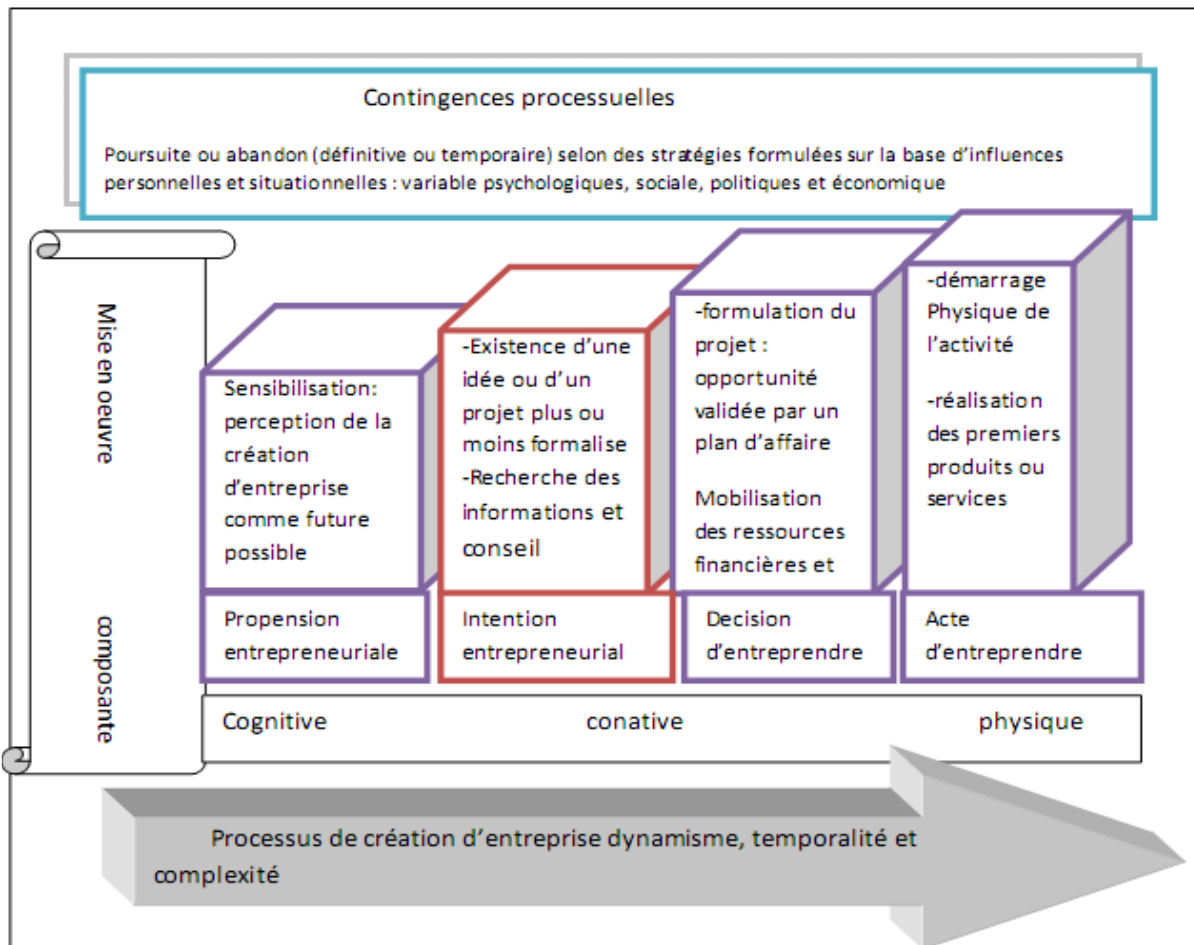
² Tounes, (A): *op.cit*, P58.

³ *Idem*, P 54.

Dans la littérature entrepreneuriale, la place de l'intention entrepreneuriale au sein du processus de création d'entreprises a fait l'objet de plusieurs débats. Dans cette présente recherche, nous allons étudier le modèle proposé par Tounes¹.

Pour cet auteur, l'intention entrepreneuriale est une phase en amont du processus de création d'entreprises, qui, se subdivise comme suit : la propension, l'intention, la décision et l'acte d'entreprendre.

Figure 2.1 : les phases du processus de création de l'entreprise



Source : Tounes (A), *op.cit.* P.75

Ce modèle identifie les 4 étapes du processus de création, ainsi que leurs composantes cognitives, conatives et physiques :

1.2.1. Étapes du processus de création :

¹ Tounes (A) ; *Op.cit.*, P 75.

- **Étape de la propension d'entreprendre :** pour Fayolle la propension entrepreneuriale est *"une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale"*. Learned considère « *la propension à créer une entreprise comme une combinaison des caractéristiques psychologiques et d'expériences professionnelles qui augmente la probabilité pour certains individus à tenter l'aventure entrepreneuriale* ». Pour notre part, nous pouvons dire que la propension entrepreneuriale est la prédisposition d'un individu à percevoir l'entrepreneuriat comme un choix de carrière professionnelle. Cette prédisposition est influencée positivement par son environnement (famille, formation, expérience professionnelle..).
- **Étape de l'intention d'entreprendre :** la propension d'entreprendre peut se transformer en intention entrepreneuriale. En effet, les individus ayant une prédisposition d'entreprendre, rencontrent des situations qui déclenchent leur intention de créer une entreprise. Cette intention se manifeste par : « *l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire plus ou moins formalisé, et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise* ».
- **Étape de la décision d'entreprendre :** le passage de l'intention entrepreneuriale à la décision d'entreprendre implique deux dimensions : premièrement, la concrétisation de l'idée ou du projet d'affaire. Deuxièmement, l'allocation des différentes ressources matérielles, financières et humaines nécessaires à cette concrétisation.
- **Étape de l'acte d'entreprendre :** l'acte d'entreprendre correspond au démarrage physique de l'activité qui se concrétise par la création de richesse (la production des biens et des services).

Les processus entrepreneuriaux sont singuliers car la manière dont les individus procèdent à l'acte entrepreneurial est différente. De même pour les étapes du processus entrepreneurial qui peuvent ne pas être différenciées dans le temps. En effet, l'intention devance souvent la décision et l'acte d'entreprendre. Toutefois, l'acte d'entreprendre peut être la résultante d'une opportunité soudaine ou une insatisfaction professionnelle inattendue.

1.2.2. Composantes du processus entrepreneurial :

- **La composante cognitive :** la dimension cognitive de l'intention représente la perception individuelle de la création d'une entreprise comme un futur possible.
- **La composante conative :** la première dimension conative de l'intention représente la présence d'une idée de projet d'affaire, ainsi que la recherche d'informations

nécessaires à sa structuration. Cependant, la deuxième dimension conative représente le passage à l'action en concrétisant cette idée.

- **La composante physique** : la composante physique reflète un comportement concrétisé qui se manifeste par le démarrage de l'activité de l'entreprise créée, et par la fabrication des premiers produits ou la fourniture des premiers services.

1.3. Passage de l'intention à l'action :

L'action peut être définie comme étant une des étapes nécessaires pour la concrétisation réelle de l'objet derrière une intention donnée, car le point de départ d'une action est souvent une intention. Toutefois le passage contraire n'est pas toujours valable.

L'intention entrepreneuriale a une grande capacité de prédiction comportementale, mais elle peut rester au stade cognitif et ne pas se concrétiser, car ce passage ; de l'intention à l'action d'entreprendre ; dépend de plusieurs facteurs liés à un environnement changeant et dynamique.

Ajzen et Madden¹ (1986) ont étudié la relation liant l'intention et l'action d'entreprendre, ils ont identifié trois conditions préalables pour qu'il ait un fort lien entre elles:

- **Spécificité de l'intention** : afin de prédire un comportement spécifique, il est indispensable d'adopter une intention spécifique correspondant à ce comportement.
- **Stabilité de l'intention** : pour que le passage entre l'intention et l'action soit effectué, l'intention doit être stable et ne pas changer durant le moment qui précède sa concrétisation. Ceci nécessite, selon ces deux auteurs, que le temps soit relativement court entre l'instant où l'intention est évaluée et l'instant où le comportement est observé, et ce dans le but de ne pas avoir des facteurs qui peuvent influencer et donc changer cette intention.
- **Contrôle du comportement** : la matérialisation de l'intention entrepreneuriale en un comportement nécessite que ce dernier soit sous le contrôle de l'individu. Autrement dit, l'acteur peut décider, à sa libre volonté, d'accomplir ou pas ce comportement. Ces deux chercheurs ajoutent que si le comportement est conditionné par la présence de

¹ Kermiche (H.R), « l'influence des facteurs psychologiques sur l'intention entrepreneuriale des dirigeants des TPE pharmaceutiques Algériennes », thèse de magistère en sciences de gestion, option management et organisation de l'entreprise, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2003, P 40.

certaines ressources ou par l'existence de certaines opportunités, il sera moins contrôlé. Cette évaluation est subjective car elle dépend de la perception de son acteur.

Ces conditions ne sont pas exhaustives, certains auteurs ajoutent les facteurs environnementaux, le degré de robustesse de l'intention entrepreneuriale ou même les facteurs organisationnels comme les éléments influençant la relation intention-action.

Pour résumer, si l'intention entrepreneuriale est stable et spécifique à un comportement contrôlé par son acteur, et si les facteurs incitant cette volonté sont identifiés; nous pouvons prédire la concrétisation d'un acte entrepreneurial durant une période donnée.

Section 02: modèles explicatifs de l'intention entrepreneuriale

L'étude de l'intention entrepreneuriale revient à étudier ses déterminants, car ses derniers nous permettent à la fois d'expliquer et de stimuler ce phénomène. Dans la littérature, nous trouvons deux grands modèles théoriques explicatifs de l'intention entrepreneuriale à savoir : le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol de 1982, et le deuxième, sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen de 1991.

Alors, cette section sera consacrée d'abord à la présentation de l'approche de Shapero et Sokol. Ensuite, elle sera dédiée à l'explication de l'approche du comportement planifié d'Ajzen. Enfin, elle évoquera un ensemble de modèles d'intention plus récents et dont certains d'eux se basent sur les deux premières théories, à savoir celle de Sokol et Shapero et celle d'Ajzen.

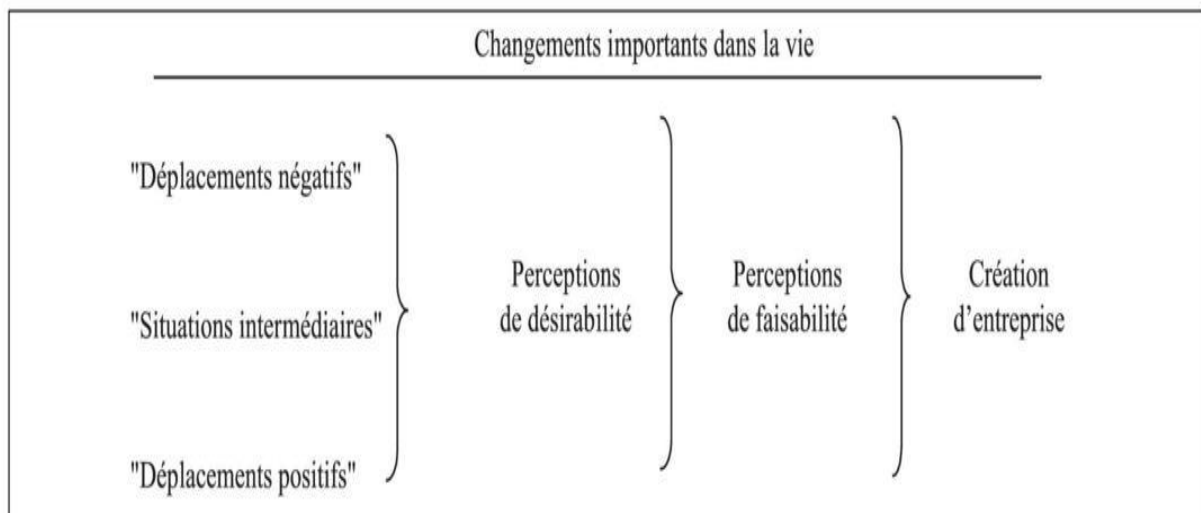
2.1. Modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) :

Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol est un modèle pionnier dans le champ de l'entrepreneuriat. Cette approche ne fait pas référence au concept de l'intention entrepreneuriale de façon explicite, mais elle donne les éléments explicatifs du choix de la voie entrepreneuriale.

Les travaux de Shapero et Sokol¹ ont porté sur l'étude des variables influençant l'évènement entrepreneurial. Selon ces deux auteurs, l'évènement entrepreneurial est l'interaction de trois groupes de facteurs : les déplacements (négatifs, positifs ou situation intermédiaire), les perceptions de désirabilité et les perceptions de faisabilité (figure 2.2).

¹ Cité par Jaouadi (M), *op.cit*, P 3.

Figure 2.2: le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982)



Source: Cité par Jaouadi (M), « l'impact du comportement entrepreneurial sur l'intention de créer une entreprise », International Journal Economics & Strategic Management of Business Process and International Conference, Vol.5, 2016, P 3.

Dans leur modèle, ils identifient la variable « déplacement » qui déclenche les deux autres variables intermédiaires « les perceptions de désirabilité » et « les perceptions de faisabilité ». Ces deux dernières varient en fonction de l'environnement culturel, social et économique de l'individu:

- **Les déplacements:** selon ces auteurs, les déplacements sont des événements marquants, et qui sont la source du déclenchement de l'évènement entrepreneurial. Les déplacements ont été conceptualisés dans ce modèle comme suit:
 - **Les déplacements positifs :** renvoient à la présence d'une opportunité de se lancer en affaire pour son propre compte, ou l'existence d'un investisseur, de partenaires ou de clients potentiels...
 - **Les déplacements négatifs :** renvoient à un divorce, un veuvage, un licenciement, une émigration forcée ...
 - **Les situations intermédiaires :** renvoient à des situations plus au moins neutres, marquant une transition dans la vie de l'individu telle que la sortie de l'armée, de l'école ou de prison.
- **Les perceptions de désirabilité :** la désirabilité indique le degré d'attrait perçu par un individu à l'égard de la création d'une entreprise. Elle est le produit du système de valeurs de l'individu. Ce dernier est construit par l'influence des facteurs sociaux et culturels, notamment celle de la famille et des parents.

- **Les perceptions de faisabilité** : la faisabilité estime la capacité d'un individu de mener à bien la création d'une entreprise. La disponibilité des ressources financières nécessaires, l'existence des opportunités requises, les compétences de l'individu, ses expériences professionnelles précédentes, ainsi que les formations en entrepreneuriat dispensées dans les écoles de gestion... sont des variables qui influencent cette perception de faisabilité.

D'après ce modèle, nous pouvons conclure que l'événement entrepreneurial se déclenche principalement par un changement marquant la vie de l'individu. Ce changement est influencé par des variables intermédiaires menant à l'acte entrepreneurial.

Bien que ce modèle n'ait pas proposé comme un modèle basé sur les intentions, de nombreux chercheurs l'ont utilisé dans la littérature de l'intention entrepreneuriale, car leurs résultats obtenus soutiennent ce modèle comme un outil de mesure de l'intention entrepreneuriale.

2.2. Théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen :

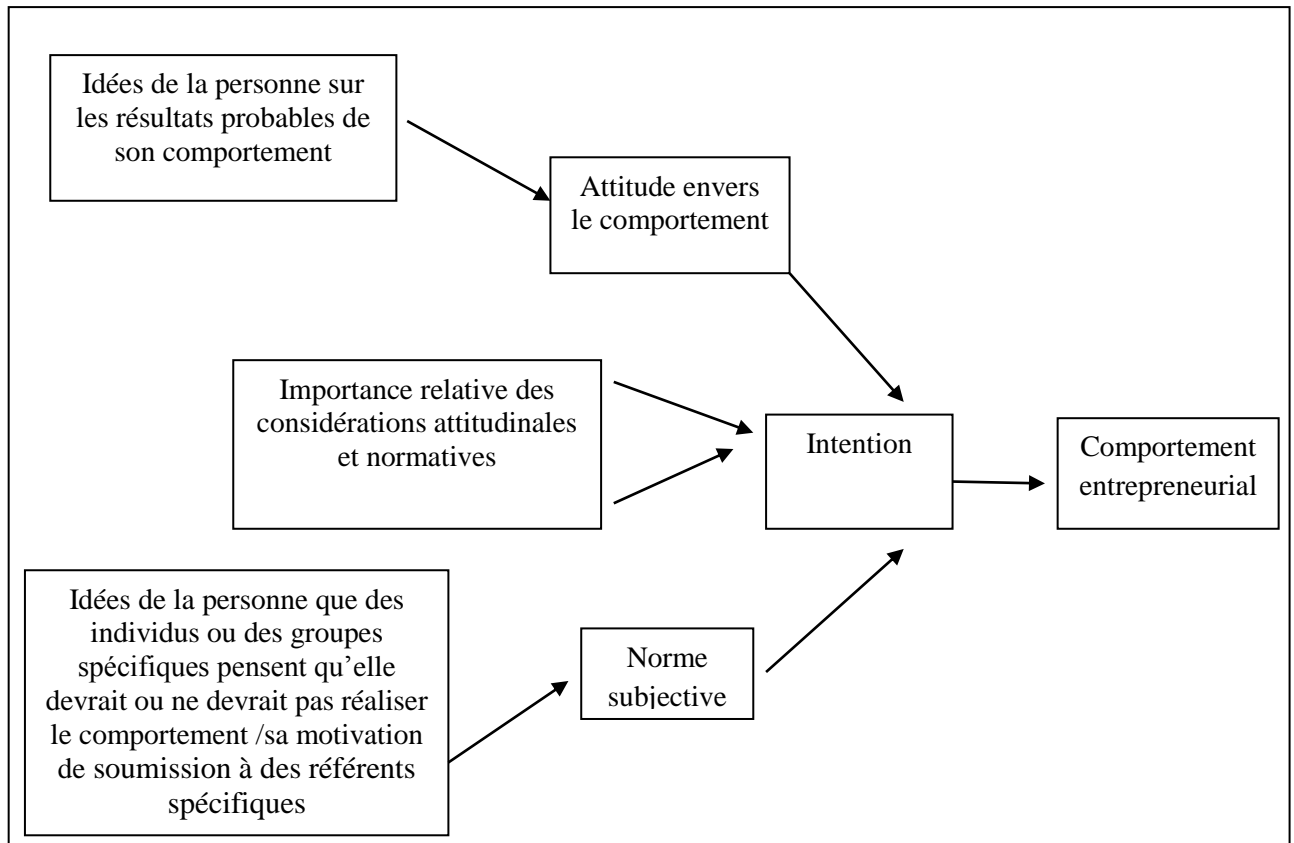
La théorie du comportement planifié d'Ajzen est un modèle phare dans la famille des modèles d'intention, utilisée dans le but d'expliquer le comportement entrepreneurial. La théorie du comportement planifié (TCP) constitue une extension de la théorie de l'action raisonnée (TAR) :

2.2.1. Théorie de l'action raisonnée :

La théorie de l'action raisonnée développée par Fishbein et Ajzen¹ (1975) est une théorie socio-psychologique des comportements ou de leurs modifications. Elle a pour principal objectif de comprendre et de prédire les comportements sociaux volontaires. Cette théorie insiste sur le rôle de l'intention vis à vis du comportement. Selon ces auteurs, deux déterminants influencent l'intention : l'attitude qui détermine le comportement et les normes subjectives qui l'affectent.

¹ Cité par Giger (J.C) « Examen critique du caractère prédictif, causal et falsifiable de deux théories de la relation attitude-comportement : la théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié », revue de l'année psychologique, 2008, P 109-112.

Figure 2.3 : le modèle de la théorie de l'action raisonnée d'Ajzen et Fishbein (1980)



Source : cité par Saleh (L), *op.cit*, P 86.

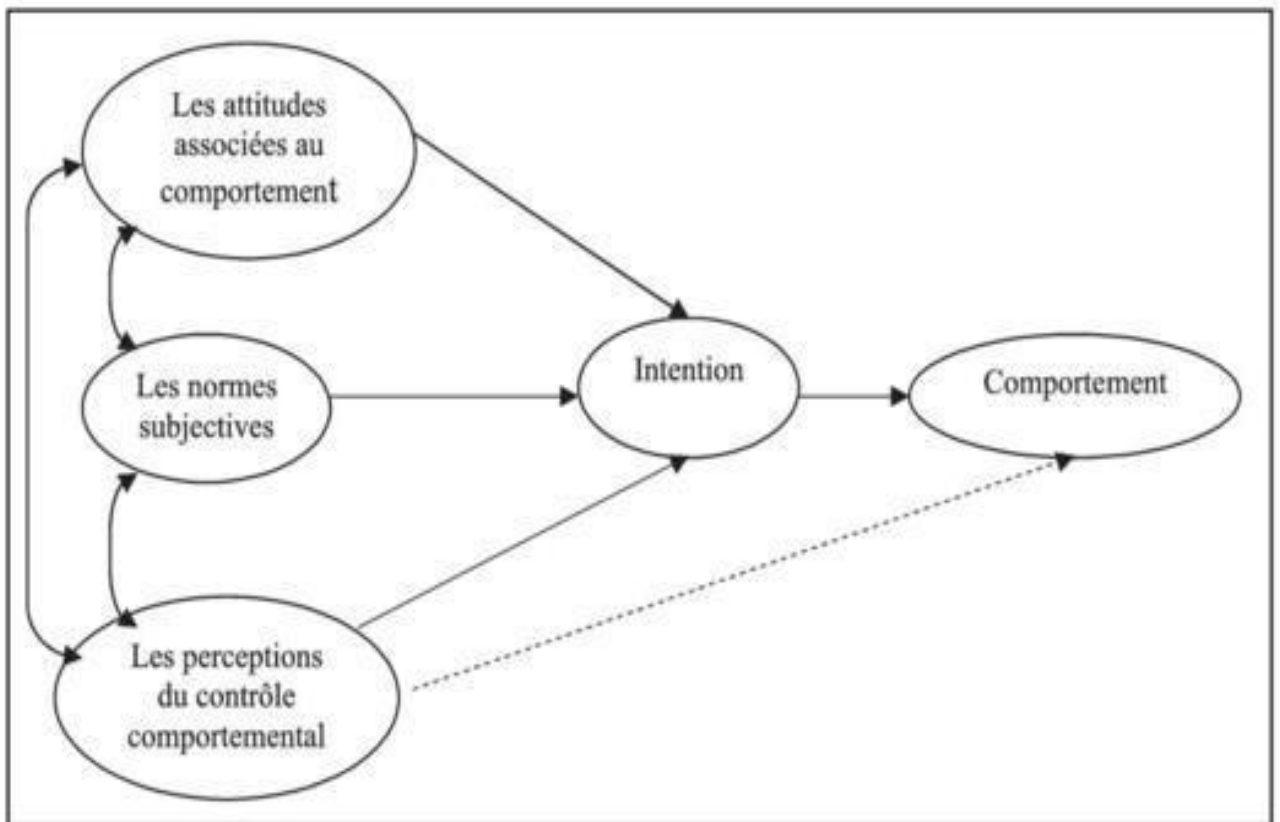
Selon le modèle de la théorie de l'action raisonnée (Figure 2.3), le comportement entrepreneurial est influencé par les intentions, et ces dernières sont déterminées par l'attitude d'un individu à l'égard d'un comportement et les normes subjectives :

- **Les normes subjectives** : elles renvoient à l'importance qu'accorde l'individu à l'avis de son entourage proche quant à l'adoption du dit comportement. Ces normes sont déterminées d'une part, par les croyances normatives d'un individu qui se manifestent par l'importance accordée à l'opinion d'autrui à l'égard de la matérialisation du comportement. Et d'autre part, par la motivation de l'individu à se conformer aux normes.
- **L'attitude d'une personne à l'égard d'un comportement** : elle renvoie à la disposition d'un individu à réagir de manière plus au moins négative quant à l'adoption d'un comportement. Cette attitude est déterminée par les croyances relatives aux résultats attendus du comportement, ainsi que par l'évaluation de ces conséquences.

2.2.2. Modèle conceptuel de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) :

La théorie du comportement planifié développée par Ajzen (1991) est une extension de la théorie de l'action raisonnée. Elle garde les mêmes déterminants de cette dernière tout en y ajoutant le facteur du contrôle comportemental perçu. Ce facteur, a été ajouté dans le but de tenir compte des déterminants qui sont hors du contrôle volontaire de l'individu et qui peuvent ainsi influencer ses intentions et donc le comportement¹.

Figure 2.4 : la théorie du comportement planifié d'Ajzen (TCP)



Source : cité par Giger (J.C), *op.cit*, p 109

Comme nous pouvons le constater dans la figure 2.4, l'intention est le résultat de trois facteurs : les attitudes associées au comportement, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu. Toutefois, le comportement est déterminé par deux facteurs à savoir : l'intention et par le contrôle comportemental perçu.

¹ Cite par Saleh (L): *op.cit*, P 87.

- **Les attitudes associées au comportement** : cette variable désigne le degré de désirabilité perçue de l'individu face à un comportement. Elle est déterminée par l'ensemble total des croyances comportementales reliant le comportement à diverses conséquences de l'action.
- **Les normes subjectives** : cette variable désigne la perception de l'individu vis-à-vis l'opinion de son entourage à l'égard de son comportement. Autrement dit, un individu est susceptible d'adopter un comportement si des personnes dont l'opinion est importante à ses yeux, approuvent ce dernier.
- **Le contrôle comportemental perçu** : cette variable désigne la facilité ou la difficulté perçue par un individu pour émettre un comportement. En fait, elle mesure le degré de faisabilité perçue par l'individu vis-à-vis la réalisation du comportement. Autrement dit, ce facteur évalue le degré de connaissances, de contrôle et de ressources dont il doit avoir pour produire le comportement voulu. Le contrôle comportemental perçu peut influencer directement le comportement sans pour autant passer par l'intention (figure 2.4).

D'après la TCP, nous pouvons conclure que l'individu ne sera pas en mesure de développer une forte intention d'émettre un comportement, s'il ne dispose pas des capacités nécessaires pour y arriver, et ce, même s'il a des attitudes positives envers le comportement en question, et même si son entourage approuve ce dernier. En outre, la TCP constitue un cadre théorique important, vu qu'elle propose un modèle qui peut être utilisé dans toutes les situations où le comportement est intentionnel existe. De plus, cette théorie permet de comprendre et de prédire les intentions entrepreneuriales car elle prend en considération les facteurs personnels ainsi que les facteurs sociaux.

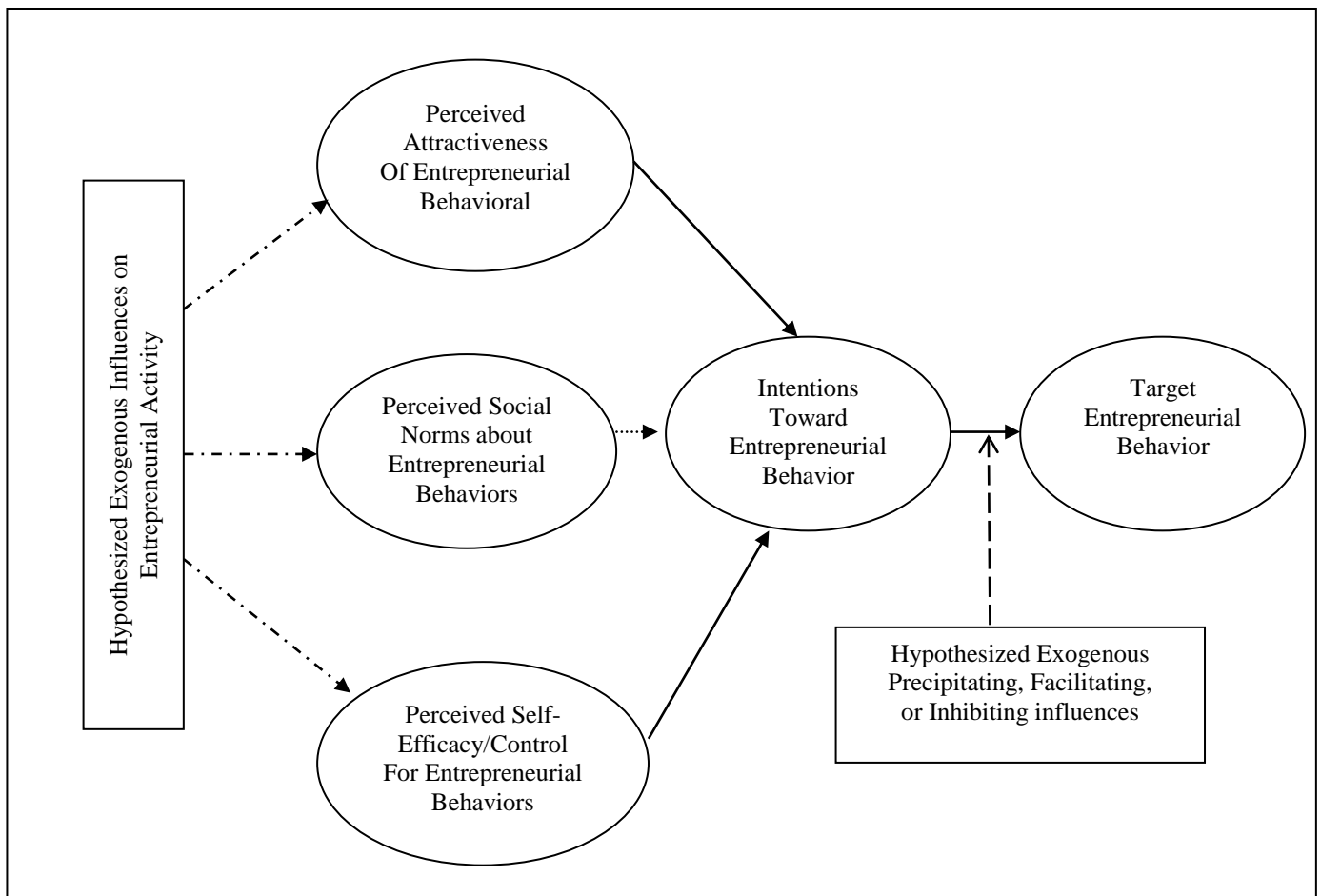
2.3. Deux modèles repris de l'intention entrepreneuriale fondés sur la théorie du comportement planifié :

Nombreux sont les chercheurs qui ont proposé des modèles en se basant sur le modèle de l'événement entrepreneurial de Sokol et Shapero ou celui du comportement planifié d'Ajzen :

2.3.1. Modèle repris par Krueger et Carsrud (1993) :

Krueger et Carsrud¹ (1993) ont proposé un modèle simplifié de la théorie du comportement planifié d’Ajzen (1991), en s’inspirant du modèle de l’événement entrepreneurial de Sokol et Shapero. Pour expliquer la naissance de l’acte entrepreneurial, ces deux auteurs identifient trois facteurs influençant l’intention de l’individu. D’après eux, cette dernière et la seule et la meilleure variable qui prédit des comportements entrepreneuriaux.

Figure 2.5 : Théorie du comportement planifié revisitée par KRUEGER et CARSRUD (1993)



Source: Tounes (A), Op. Cit, P 174.

- **La perception de l'attrait du comportement entrepreneurial** (« *perceived attractiveness of entrepreneurial behavior* »): décrit la désirabilité perçue de

¹ Cité par Wang (Y), « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse de doctorat en sciences génie industrielle, école centrale Lille, France, 2010, P 48.

l'individu à l'égard de la création de l'entreprise. Cette désirabilité dépend de la probabilité d'atteindre à l'acte entrepreneurial.¹

- **La perception des normes sociales quant aux comportements entrepreneuriaux** ("*perceived social norms about entrepreneurial behaviors*") : décrit l'importance qu'accorde l'individu à l'avis des personnes proches de son entourage par rapport à l'adoption du comportement entrepreneurial. Elle dépend de la pression sociale perçue quant à la réalisation ou non du comportement en question.
- **La perception de l'auto-efficacité des comportements entrepreneuriaux** ("*perceived selfefficacy/control for entrepreneurial behaviors*") : décrit la faisabilité perçue de la réalisation du comportement entrepreneurial. Selon ces auteurs, ce facteur est un puissant prédicteur pour une multitude de comportements.

Ce modèle inclut également l'impact des facteurs exogènes tels que les compétences et aptitudes, traits de personnalité et disponibilité des ressources. Ces facteurs ont une influence indirecte sur les comportements à travers les perceptions. Mais ils peuvent avoir une influence directe sur le couple intentions – comportements.²

2.3.2. Modèle d'Autio et al. (1997) :

Le modèle d'Autio et al.³ a été testé auprès de 1956 étudiants en sciences techniques, et de différentes nationalités. Et ce dans le but de vérifier la solidité de la théorie du comportement comme un prédicteur du comportement entrepreneurial.

Selon cette analyse, les facteurs les plus importants dans la constitution de l'intention entrepreneuriale des étudiants sont la conviction entrepreneuriale et les préférences de carrière. Ces dernières renvoient à la perception de faisabilité de Shapero et Sokol (1982) et la perception du contrôle comportemental d'Ajzen.

La conviction entrepreneuriale et les préférences de carrière illustrées dans la figure ci-dessous (figure 2.6) subissent une influence des facteurs suivants :

- L'image de l'entrepreneuriat comme une récompense derrière une carrière entrepreneuriale est influencée par le niveau d'instruction, les expériences professionnelles dans les petites entreprises et l'entourage immédiat.

¹ Tounes (A), *op.cit*, P 173.

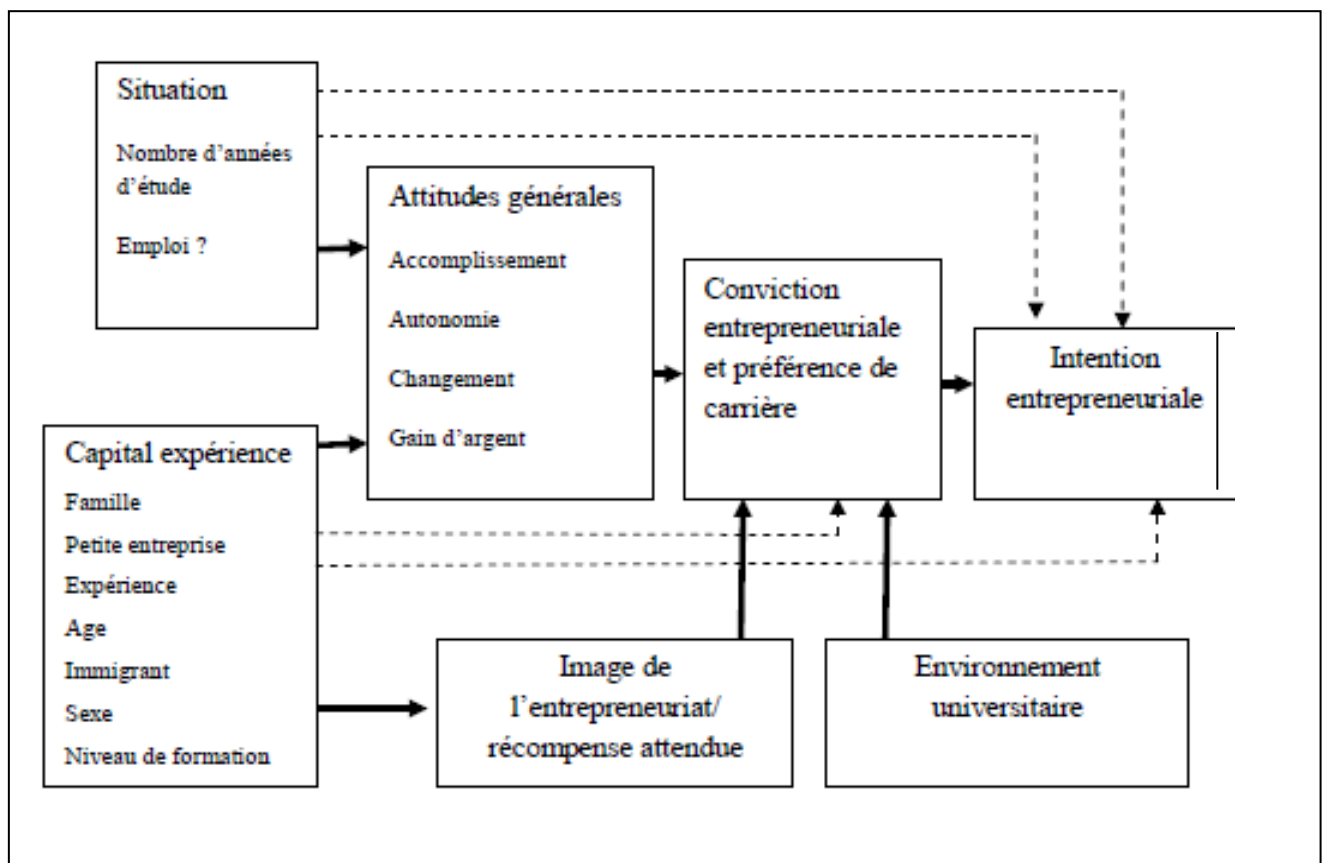
² *Idem*, P 97.

³ Cité par Banata (M), « influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale: cas de l'Algérie », thèse de doctorat en sciences de gestion, université Abou Bekr Belkaïd, Tlemcen, 2015, P 100-102.

- Les attitudes générales qui sont liées au besoin de réussite, à l'autonomie, au changement et au gain d'argent, sont influencées également par le niveau d'instruction, les expériences professionnelles dans les petites entreprises et l'entourage immédiat.
- L'environnement universitaire est un facteur influençant l'intention entrepreneuriale vu qu'il permet aux aspirations entrepreneuriales de s'exprimer.

La formation, les expériences de travail, le nombre d'années d'études ainsi que les attitudes générales peuvent avoir une influence directe sur l'intention entrepreneuriale sans passer par les convictions et les préférences de carrière (flèches en pointillés).

Figure 2.6 : illustration du modèle final-les relations groupées



Source: Banata (M). *op.cit*, p 101.

2.4. Modèles d'intention entrepreneuriale dans le contexte universitaire:

Plusieurs types de modèles d'intention entrepreneuriale ont été proposés par divers auteurs dans le but d'expliquer cette phase amont du processus de création d'entreprise. Ces études ont été réalisées dans des populations estudiantines. Dans le tableau ci-dessous, nous présentons un récapitulatif de ces modèles du plus ancien au plus récent (tableau 2.1).

Tableau 2.1 : un récapitulatif des modèles mobilisés

Modèles	Questions de recherche	Variables explicatives	Variables expliquées
Kolvereid (1996)	Quels sont les éléments qui influencent l'intention entrepreneuriale ?	L'attitude, la norme sociale, le contrôle comportemental perçu.	L'intention entrepreneuriale
Filion et al (2003)	Quelles sont les perceptions des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat comme projet de carrière ?	Les perceptions des étudiants	L'intention entrepreneuriale
Audet (2004)	Quelle est l'influence de la désirabilité et de la faisabilité de lancement d'une entreprise sur la formation d'une intention entrepreneuriale ?	La désirabilité et la faisabilité de lancement d'une entreprise	L'intention entrepreneuriale
Weber et al (2009)	Quelle est l'influence de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des élèves ?	Les croyances et signaux	L'intention entrepreneuriale
Tounes (2003)	Quelle est l'influence de programmes ou de formations en entrepreneuriat, au même titre que des variables situationnelles et personnelles, sur l'intention entrepreneuriale des étudiants ?	Les attitudes associées au comportement ; les normes sociales ; les perceptions du contrôle comportemental	L'intention entrepreneuriale
Emin (2003)	Quelles est l'influence de l'environnement universitaire sur la création d'entreprise par des chercheurs publics ?	La désirabilité et la faisabilité	L'intention entrepreneuriale
Boissin et al (2009)	Quelles sont les croyances et attitudes des étudiants vis-à-vis de l'entrepreneuriat ?	L'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'a l'individu en sa capacité de mener à bien le processus entrepreneurial	L'intention entrepreneuriale

Source : Saleh (L), *op.cit*, P 209-211.

Section 03 : déterminants de l'intention entrepreneuriale

Il est parfaitement admis que l'entrepreneur constitue la force motrice de l'entrepreneuriat, cet acteur devrait se munir d'un comportement entrepreneurial pour concrétiser ses intentions qui sont à l'origine de tout acte entrepreneurial. L'intention entrepreneuriale représente la phase amont du processus de création d'entreprise, plusieurs sont les facteurs qui contribuent à la formation de cette volonté. Lors de cette section, nous allons identifier quelques variables déclenchant ou agissant sur l'intention.

Cette étude nous guidera dans la construction de notre modèle de l'intention entrepreneuriale dans le chapitre suivant: alors nous traiterons d'abord les déterminants issus du modèle de l'événement entrepreneurial de Sokol et Shapero, et du modèle du comportement planifié d'Azjen vu que la majorité des modèles d'intention (jusqu'à maintenant) s'appuie sur leurs résultats, puis nous passerons aux autres déterminants pouvant avoir un impact sur cette intention.

3.1. Déterminants issus du modèle de Sokol et Shapero et du modèle d'Azjen:

Selon le modèle du comportement planifié d'Azjen, et le modèle de l'événement entrepreneurial de Sokol et Shapero, trois variables sont supposées prédire l'intention d'entreprendre: la désirabilité, la faisabilité et les normes sociales.

3.1.1. Désirabilité:

Cette variable peut être influencée, d'une manière non exclusive, par ces facteurs: les motivations entrepreneuriales et la perception du risque.

3.1.1.1. Motivations entrepreneuriales:

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Leur identification est difficile, puisque elle varie d'un individu à un autre. Les motivations influençant l'intention entrepreneuriale peuvent être provoquées par une force externe de l'individu, appelées des motivations extrinsèques, ou des motivations qui dépendent de l'individu, appelées des motivations intrinsèques.

Plusieurs auteurs attestent que le besoin est à l'origine de la motivation entrepreneuriale. Selon Brockhaus et Horwitz (1986)¹, les facteurs susceptibles d'influencer la motivation entrepreneuriale et donc l'intention entrepreneuriale sont d'ordre cinq à savoir : le besoin d'accomplissement décrivant le désir de réussite, la croyance en la maîtrise de sa destinée décrivant les personnes qui pensent maîtriser leur environnement (*locus of control*), la propension à prendre des risques, les valeurs décrivant les croyances de l'individu, la créativité décrivant la capacité de développer de nouvelles idées, d'identifier des opportunités d'affaires ou de combiner des idées et des ressources de façon à créer de la valeur. À ces facteurs, Cromie²(2000) ajoute la tolérance à l'ambiguïté décrivant la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement, l'autonomie et la confiance en soi.

Selon Janessen³ (2009), la satisfaction psychologique d'être son propre patron, l'indépendance professionnelle et ou financière, la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille, le désir de réaliser des produits de qualité, le pouvoir, le statut, la réalisation individuelle, et d'autres sont aussi parmi les motivations qui influencent l'intention entrepreneuriale.

3.1.1.2. Perception du risque :

Mitchell et Larson⁴ (1987) indiquent que les individus ont des styles cognitifs différents face à la prise de risque, et le sens commun porte à penser que les créateurs d'entreprise ne rejettent pas le risque, car ces entrepreneurs sont toujours à la recherche des opportunités d'affaires, et ils les développent dans des contextes incertains.

Il est parfaitement admis que la création d'une nouvelle entreprise est une aventure risquée, selon Mc Clelland⁵(1961) : « ... en termes de probabilité ou de dispositif d'un individu à prendre des risques, elle peut se révéler, dans le cas de création d'entreprise de poursuivre une idée d'affaire dont les probabilités de succès sont faibles. Or cette tolérance au risque est très importante chez certains individus que chez d'autres. la création d'entreprise serait réservée à ceux auraient moindre aversion au risque ».

La prise de risque est considérée alors comme une caractéristique distinctive du comportement entrepreneurial, et un déterminant important de l'intention entrepreneuriale.

¹ Cité par Diop (P.M), « La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone », thèse de doctorat, Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'action, France, 2012, P 110-111.

² Cité par Diop (P.M), *op.cit*, P 111.

³ Janessen (F): « entreprendre une introduction à l'entrepreneuriat », 1er édition groupe de BOECK, Paris, France, avril 2009, P 36.

⁴ Cité par Diop (P.M), *op.cit*, P 114.

⁵ Cité par Janessen F: *op.cit*, P 40.

3.1.2. Faisabilité :

Cette variable peut être entraînée par plusieurs déterminants tels que : les compétences et le niveau d'instruction, l'accès aux ressources et la présence d'un réseau d'aide et de conseil.

3.1.2.1. Compétences:

Pour réussir sa carrière entrepreneuriale, l'individu doit se doter de certaines compétences. Pour Fayolle ¹ (2002), l'entrepreneuriat se base sur des connaissances requises, des comportements typés et des compétences utiles. Dans le même sens, l'étude de Bruin et Al.² (2007) a trouvé que l'intention entrepreneuriale des femmes est plus faible que les hommes, car celles-ci pensent ne pas posséder les compétences et connaissances suffisantes en matière de création d'entreprises.

Ceci nous conduit à dire que les individus perçoivent les compétences comme un facteur déterminant de faisabilité de l'acte entrepreneurial. Donc l'acquisition des compétences renforce leur intention entrepreneuriale.

3.1.2.2. Accessibilité aux ressources:

Les ressources peuvent être d'ordre financier, matériel ou informationnel, leur disponibilité est primordiale quant au passage concret de l'intention à la création d'entreprise. Selon Gass (2004), la désirabilité et la faisabilité perçues du comportement entrepreneurial sont insuffisantes pour l'intention entrepreneuriale, il souligne que : « *pour passer à l'action, les entrepreneurs potentiels doivent réunir les moyens et ressources pertinents au bon moment et au bon endroit. Les ressources peuvent être humaines, financières et informationnelles* »³

Les facilités ou les difficultés d'accès aux informations, moyens matériels et au financement agissent sur l'intention entrepreneuriale des individus, car si l'individu perçoit des contraintes rendant le processus de création de l'entreprise risqué, son intention va s'affaiblir ou disparaître. Autrement dit, la faisabilité exige des perceptions que les obstacles soient surmontables et que les ressources soient disponibles⁴.

¹ *Idem*, P 231-232.

² Cité par Giacomini (O) et al., « Impact Du Sexe Et De L'auto efficacité entrepreneuriale Sur L'intention Entrepreneuriale Des Etudiants: Une Comparaison Internationale », Center For Research In Entrepreneurial Change & Innovative Strategies, 2010, P 1.

³ Gasse (Y), *op.cit*, P 9.

⁴ Gheryaani (T) et Boujelbène (Y), « Les Barrières à la Création ex-nihilo d'Entreprises par les nouveaux diplômés », International Journal of Economics and Strategic Management of Business Process 3rd International Conference on Innovation and Engineering Management, 2015, P 18

3.1.2.3. Présence d'un réseau d'aide et de conseil :

En Algérie, plusieurs organisations ont été mises en place telles que l'ANSEJ, l'ANDI et l'ANGEM, dans le but de stimuler l'esprit entrepreneurial des personnes et d'encourager les actes entrepreneuriaux. Et ce à travers l'offre de soutien financier, la formation en amont et en aval du projet, l'information et le conseil. Alors la présence d'un tel réseau d'aide et de conseil est un facteur influençant l'intention d'entreprendre.

3.1.3. Normes subjectives :

Cette variable peut se manifester par deux facteurs déterminants à savoir l'influence de l'entourage et le modèle d'entrepreneur.

3.1.3.1. Influence de l'entourage :

L'individu est le fruit de son entourage, il évolue dans des conditions sociales dont l'influence de l'entourage semble être importante. Les parents, les frères, le conjoint, le milieu familial, les amis et le réseau professionnel sont tous des acteurs déterminants au déclenchement de l'intention entrepreneuriale. D'après la théorie des couches de Gibb¹ (1988), les influences du réseau ou de l'entourage d'appui sont hiérarchisées selon la proximité du lien avec l'entrepreneur, et la famille constitue la couche la plus proche et dont l'influence est la plus grande.

L'importance de l'entourage se divulgue par sa contribution à façonner les attitudes et comportements de ses membres, la chose qui se répercutera sur les valeurs, les besoins, les attentes et la performance des individus. L'entourage du porteur du projet doit être favorable à la création de l'entreprise, Bruyat et Julien² (2001) attestent que : « *l'intention d'entreprendre représente l'énergie nécessaire au lancement de projet, et elle découle de divers facteurs tels que : les parents, les relations humaines et un entourage convenable au lancement dans une affaire* ».

Alors l'entrepreneur ne peut pas avancer seul en comptant que sur ses propres moyens pour mener son projet d'entreprise. Son entourage doit être favorable à son intention entrepreneuriale. Cette faveur se divulgue généralement par le soutien et l'offre des ressources nécessaires pour l'aboutissement du projet.

¹ Gibb (A), «Towards the building of entrepreneurial models of support for small business », 11th National Small Firms Policy and Research Conference, Cardiff, novembre, 1988, P10.

² Bruyat Et Julien: «defining the field of research in entrepreneurship », journal of business venturing, N°16-2, 2001, P 165-180.

3.1.3.2. Modèle d'entrepreneur :

L'individu qui provient d'un milieu où les parents, un membre de la famille ou autres personnes proches sont des entrepreneurs ou dans le milieu des affaires, est plus susceptible à avoir l'intention d'entreprendre.

D'après Gergen et al.¹: « *La perception sociale est également influencée par le contexte dans lequel on observe les actions d'autrui. Les individus cherchent à se conformer aux comportements de ceux considérés comme modèles, Ceux qui sont déjà engagés malgré l'ambiguïté de la situation* ». Autrement dit, le fait de connaître un modèle d'entrepreneur au sein de la famille, de l'entourage proche ou lointain, peut agir sur l'intention entrepreneuriale de l'individu, car ce dernier va être incité à prendre exemple en imitant les actes et les comportements de ces modèles.

3.2. Déterminants complémentaires :

En plus des variables issues des deux modèles précédents, il existe d'autres facteurs influençant, directement ou indirectement, l'intention d'entreprendre tels que : le sexe, l'expérience professionnelle et l'enseignement de l'entrepreneuriat.

3.2.1. Sexe:

Le sexe joue un rôle important dans la construction de l'individu et du processus entrepreneurial, plusieurs chercheurs se sont intéressés à l'impact du sexe sur l'intention entrepreneuriale : Gupta et al. (2009)² notent qu'il existe une différence significative, en termes d'intention entrepreneuriale, entre les deux sexes si l'on tient compte des caractéristiques masculines de l'entrepreneur. D'autres études confirment que les hommes ont une plus grande préférence pour l'entrepreneuriat par rapport aux femmes. Dans le même contexte, Reitz et Henrekson³(2000), déclarent que dans beaucoup de formations entrepreneuriales, des chercheurs observent, par exemple, que les hommes se sentent plus à même de questionner les *coaches* et donc de progresser plus rapidement, alors que les femmes se sentent généralement exclues, en groupes mixtes, du droit au questionnement, ce qui ralentit le lancement de leurs entreprises.

Mueller⁴ (2004), en s'appuyant sur la théorie de l'action planifiée d'Ajzen, a réalisé une étude internationale comparative expliquant la cause de cette différence en termes d'intention entrepreneuriale entre les deux sexes, l'auteur explique cette disparité par le fait

¹ Cité par Tounes (A), *Op.cit*, P 194.

² Cité par Giacomini (O) Et al.,*op.cit*, P 5.

³ Cité par Laurice (A.L) et Renaud (R.C), « L'intention entrepreneuriale des femmes : le cas de l'Égypte », *Revue internationale PME*, Volume 26, Numéro 1, 2013, p. 93-116.

⁴ *Idem*, p 93-116.

que les femmes ont une moindre propension à prendre des risques, et qu'elles pensent ne pas avoir les compétences et les connaissances suffisantes en matière de création d'entreprises (le degré de faisabilité). Kolvereid¹ (1996) ajoute que le sexe n'est qu'un intermédiaire, car ce facteur influence principalement les attitudes et croyances, et ces dernières influencent l'intention entrepreneuriale.

3.2.2. Expérience professionnelle :

Plusieurs sont les auteurs qui confirment que l'expérience est un déterminant important de l'intention entrepreneuriale. Dans leur modélisation de socialisation organisationnelle, Starr et Fondas (1992), trouvent que la socialisation anticipée de l'entrepreneur influence sa volonté et sa décision de devenir entrepreneur. Cette socialisation entrepreneuriale renvoie à la préparation, l'apprentissage et les expériences professionnelles. Selon Learned (1992), la propension à la création d'entreprise se manifeste grâce aux traits de personnalité de l'individu, sa formation et ses expériences.²

Les expériences affectent des attitudes d'un individu vis-à-vis la création de l'entreprise. En fait, leur acquisition est un pré requis très important car les entrepreneurs ne se lancent pas dans une aventure entrepreneuriale sans avoir au préalable une certaine expérience dans le domaine visé.

3.2.3. Enseignement de l'entrepreneuriat:

La formation en entrepreneuriat peut donc être définie comme un programme éducatif qui a pour finalité d'aider les étudiants à développer les connaissances, les compétences entrepreneuriales, les valeurs et les comportements à adopter pour envisager l'entrepreneuriat comme un choix de carrière.

L'enseignement et la formation en entrepreneuriat ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale. D'après Fayolle³ (2006) un programme d'enseignement en entrepreneuriat, même s'il consiste principalement en une sensibilisation des étudiants à l'entrepreneuriat, devrait avoir un impact positif à court terme sur l'intention d'entreprendre. Dans le même

¹ Cité par Tremblay (M) et Gasse (Y), « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », 16^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, Canada, 6-9 Juin 2007, P 6-7.

² Cité par Saleh (L), *op.cit*; P 226.

³ Fayolle (A) et Gailly (B), « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre », *Revue Management*, vol 12, 2009, P 90.

sens, Kolvereid ¹ (1999) souligne que : « *les intentions entrepreneuriales sont déterminées par des facteurs qui peuvent évoluer au fil du temps... Les cours d'entrepreneuriat, les programmes de formation sur la gestion des petites et moyennes entreprises ou encore sur les réseaux, visant le changement des valeurs, des attitudes et des normes sociales sont susceptibles d'avoir un impact positif* ». L'étude de Cho² (1988) a révélé que la formation en entrepreneuriat renforce le développement de l'intention entrepreneuriale, parce que la motivation et l'intérêt des apprenants vis-à-vis la création d'entreprise augmentent, quand ces derniers acquièrent des connaissances et des compétences entrepreneuriales.

La formation et même la sensibilisation à l'entrepreneuriat ont une grande influence sur la désirabilité et la faisabilité d'entreprendre, et donc un fort impact sur l'intention entrepreneuriale.

¹ *Idem*, P 120.

² Cité par Sang (M.L) et al, "Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2005, P 10.

L'objet de ce chapitre est d'exposer une phase forte dans le processus de création d'entreprise. L'intention entrepreneuriale est la variable la plus fiable pour prédire un comportement entrepreneuriale. Cette variable représente le désir de l'individu de se lancer dans le monde des affaires, et elle se situe à proximité de l'acte d'entreprendre.

Plusieurs sont les chercheurs qui ont tenté d'expliquer cette phase amont et de la modéliser. Mais l'approche théorique de l'intention entrepreneuriale repose essentiellement sur deux théories : la théorie de la formation de l'événement entrepreneurial de Sokol et Shapero (1982) et celle du comportement planifié d'Azjen (1991).

D'après les modèles étudiés tout au long de ce chapitre, l'intention trouve son origine dans les normes subjectives de l'individu, le degré de désirabilité à l'égard de l'acte entrepreneurial, le degré de faisabilité de ce dernier et le contrôle comportemental perçu. Toutefois, les auteurs ont identifié d'autres facteurs spécifiques permettant de comprendre l'intention de certains et la passivité des autres tels que l'enseignement de l'entrepreneuriat, l'expérience professionnelle et l'effet du genre.

Chapitre 03

Étude de l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ EL Djazair

Comme nous l'avons déjà souligné, l'intention entrepreneuriale constitue la phase amont du processus entrepreneurial et la variable qui permet d'identifier les entrepreneurs potentiels.

Etant donné que le but de notre travail est de déterminer les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ EL Djazair, ce présent chapitre présentera en premier lieu le cadre et le contexte d'étude à savoir : INJAZ EL Djazair, sa mission, sa dimension nationale, ses différents programmes ainsi que leurs spécificités.

Ensuite, nous présenterons dans la section suivante la méthodologie de la recherche lors de la collecte et l'analyse des données. Enfin, nous analyserons et interpréterons les principaux résultats pour pouvoir construire un modèle de l'intention entrepreneuriale.

Section 01 : cadre et contexte de l'étude

Cette section sera scindée en deux parties: d'abord, nous présenterons l'organisme d'accueil INJAZ El Djazair, sa mission, ses rôles, les compétences développées et sa dimension sur le territoire national. Ensuite, nous identifierons les différents programmes offerts par INJAZ El Djazair ainsi que leurs spécificités.

1.1. Présentation de l'organisme d'accueil (INJAZ El Djazair) :

INJAZ EL Djazair est une fraction d'INJAZ El Arab, une organisation affiliée à Junior Achievement World Wide, la plus ancienne organisation à but non lucratif œuvrant pour l'éducation dans le monde, qui soutient les jeunes dans les 15 pays du MENA -Middle East and North Africa -avec des programmes de promotion de l'entreprenariat.

INJAZ El Arab a créé un partenariat avec le secteur privé en faisant participer plus de 200 hommes d'affaires afin de s'assurer que les jeunes Arabes aient les compétences nécessaires pour entrer dans le monde du travail. INJAZ El Arab apporte son soutien à plus de 200 000 jeunes chaque année dans le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord.

INJAZ El Djazair, a entamé ses travaux en Algérie en Octobre 2010 sous l'égide du club CARE - Cercle d'Action et de Réflexion autour de l'Entreprise. En octobre 2016, INJAZ El Djazair, une association à but non lucratif, a obtenu son agrément.

INJAZ El Djazair est dirigé par un conseil d'administration formé de grandes entreprises¹. Ces dernières sponsorisent ses activités (Ooredoo, Citi Bank, Toyota, Unilever, General Electric, NCA Rouiba, Coca Cola, Intuition, Alliance Assurances, Xerox, Hikma, Groupe Hasnaoui, ABC Bank ...).

1.1.1. Mission d'INJAZ El Djazair :

Cette association a pour mission d'apporter son soutien à la jeunesse afin de leur permettre de donner le meilleur d'eux-mêmes et de contribuer au développement économique de l'Algérie. Cet accompagnement se matérialise par la mise en relation entre cette jeunesse et une équipe dédiée qui se compose de principaux acteurs du marché jouant le rôle de mentors

¹ Voir en annexe N°1.

ou parrains. Ces derniers apportent également aux jeunes les compétences ainsi que l'esprit nécessaire pour devenir les leaders du marché et les entrepreneurs de demain¹.

1.1.2. Rôles d'INJAZ EL Djazair :

À travers ses différents programmes, l'association INJAZ EL Djazair souhaite²:

- Consolider les liens entre l'enseignement et le monde de l'entreprise.
- Susciter chez les jeunes l'esprit d'initiative et d'entrepreneuriat.
- Stimuler leur créativité.
- Développer leur sens de responsabilité.
- Leur faire découvrir le monde de l'entreprise et la vie économique.
- Contribuer à l'amélioration de l'employabilité et du taux d'encadrement.
- Développer auprès des cadres supérieurs l'esprit d'engagement et le volontariat dans le domaine éducatif.

1.1.3. Compétences développées :

Cet organisme vise le développement des compétences personnelles nécessaires pour intégrer le monde du travail et réussir une carrière professionnelle comme entrepreneur ou comme salarié, et ce à travers³:

- L'analyse et la résolution des problèmes.
- Le travail en équipe et le renforcement de la communication.
- La planification.
- L'entrepreneuriat, l'innovation et la prise des initiatives.
- Le renforcement de la confiance en soi et du leadership.

1.1.4. Dimension nationale :

INJAZ EL Djazair, et grâce à ses différents programmes entre 2010 et 2016, a pu se rapprocher de⁴ :

- Plus 10 000 étudiants participants.

¹ Document interne d'INJAZ EL Djazair, (brochure de présentation de l'entreprise), 2016, P1.

² *Idem*, P2.

³ <https://www.injaz-eldjazair.org/> (consulté le 1-5-2017 à 17.00).

⁴ *Idem*, (consulté le 1-5-2017 à 17.00).

- Plus de 400 conseillers volontaires du secteur privé qui se sont engagés dans le but de faire bénéficier les étudiants de leur expérience et leur challenge quotidien dans la gestion de leurs entreprises.
- 17 grandes écoles et universités sur le territoire algérien: Alger, Adrar, Blida, Boumerdes, Bejaia, Tipaza, Tlemcen, Oran, Msila et Constantine et Annaba.
- 22 entreprises membres à son conseil d'administration et participantes à ses programmes.

1.2. Programmes d'INJAZ EL Djazair :

INJAZ EL Djazair propose une panoplie de programmes éducatifs de Junior Achievement, destinés aux jeunes de 6 à 25 ans, et qui sont implémentés dans le cadre d'un partenariat École – Entreprise.

Ces programmes sont conçus pour stimuler l'esprit d'entrepreneuriat des jeunes, et concernent les domaines suivants : l'entrepreneuriat, les finances, l'emploi et le choix de carrière, l'éthique, la citoyenneté et le leadership.

INJAZ EL Djazair offre 7 programmes à savoir: Company Program, Be Innovative Camp, Entrepreneurial Master Class, More Than Money, Steer Your Career, Job Shadow et StartUp. Ces programmes visant des tranches d'âge différentes, sont répertoriés sous trois piliers:

1.2.1. Littératie financière:

Cette partie comporte un seul programme visant l'amélioration des notions financières du participant :

- **More Than Money**¹ : c'est un programme de 6 semaines qui enseigne aux élèves du collège (entre 11 et 16 ans) ce qu'est le profit, les dépenses, l'épargne et les donations, mais également les différents types de business qu'ils peuvent lancer ainsi que les différentes fonctions qu'ils pourront occuper afin de gagner de l'argent.

1.2.2. Entrepreneuriat :

Cette partie comporte quatre programmes visant le renforcement de l'esprit d'entrepreneuriat et d'innovation des participants :

¹ Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme More Than Money), P 1.

- **Entrepreneurial Master Class¹** : c'est un atelier d'une journée, qui vise à initier 50 élèves (entre 13 et 14 ans) au concept de l'auto-emploi. Les compétences clés développées par le biais de cet atelier comprennent la pensée créative, la résolution de problèmes, les compétences de communication et de présentation, le travail d'équipe et le leadership, la confiance, la négociation, la décision et la gestion des risques et comment réagir face aux difficultés.
- **Be Innovative Camp²**: c'est un atelier d'une journée ayant pour but de lancer des défis aux étudiants afin de trouver la solution la plus innovante à un défi commercial en utilisant la réflexion critique, le travail d'équipe, la communication et les compétences en leadership. Il leur donne l'opportunité de s'engager dans des activités passionnantes avec un mentor d'entreprise, contribuant à élargir leurs horizons et de diriger leurs pensées vers un avenir entrepreneurial de manière ludique.
- **Start Up³** : c'est un programme de six mois ayant pour objectif de donner aux Start up la possibilité de mettre en place de véritables projets ; une entreprise sponsor accueille le projet choisi pendant six mois afin de le développer. Ils bénéficient ainsi d'un soutien financier légal et humain. À l'issue des six mois, la start-up doit être totalement autonome et enregistrée au registre du commerce.
- **Company Program⁴** : c'est un programme de six mois à raison de 90 minutes par semaine, permettant aux étudiants de découvrir l'esprit d'entreprise en créant leurs propres juniors entreprises, et de renforcer leurs compétences relatives à l'employabilité en utilisant des pensées novatrices, des attitudes positives ainsi que le travail en équipe. Ce programme permet également aux étudiants d'explorer leurs options de carrière et leur offre d'autres possibilités d'apprentissage étendues telles que la participation à des compétitions nationales et régionales.

1.2.3. Préparation à l'emploi :

Cette section comporte deux programmes visant la facilitation du passage de l'étudiant au monde du travail :

¹ Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme Entrepreneurial Master Classe), P2.

² Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme Be Innovative Camp), P 2.

³ Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme Start Up), P 1.

⁴ Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme Company Program), P 3.

- **Job Shadow**¹ : c'est un atelier de deux à trois jours dédié aux étudiants. Il les initie aux différentes possibilités de carrières professionnelles, au cœur même d'une entreprise, où ils auront l'opportunité d'apprendre davantage sur le monde du travail.
- **Steer Your Career**² : c'est un programme de sept sessions à raison de deux heures par session, visant le développement des compétences professionnelles des participants. Il a pour objectif l'apprentissage des compétences dans un environnement de travail moderne, et la préparation des jeunes face aux défis rencontrés au début de leurs carrières professionnelles.

1.2.4. Spécificité des programmes INJAZ EL Djazair :

Les programmes d'INJAZ se basent sur une approche participative intégrant:

- Des études de cas.
- Des jeux de rôle.
- Le brainstorming.
- Le travail en équipe.
- L'apprentissage par l'action.

Section 02 : méthodologie de la recherche

Notre démarche de recherche porte d'une part, sur la constitution de l'échantillon et de la collecte des données à l'aide d'un questionnaire et de l'autre part, sur la conception d'un modèle de l'intention entrepreneuriale.

Cette section alors abordera en premier temps la présentation de la méthodologie de la recherche, puis, elle passera à celle de l'échantillon d'étude, et enfin, elle identifiera les outils d'analyse des données employés.

2.1. Présentation de la méthodologie de la recherche :

Nous avons suivi une démarche analytique combinant une étude sur le terrain et une analyse quantitative en se basant sur différents outils statistiques et économétriques.

¹ Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme Job Shadow), P 1.

² Document interne à l'entreprise (brochure de présentation du programme Steer Your Career), P 1.

Nous allons présenter ci-après l'essentiel des outils utilisés dans notre recherche, à savoir, la structure du questionnaire, son traitement, et enfin les outils d'analyse des données empiriques:

2.1.1. Structure du questionnaire:

Afin de tester nos hypothèses de recherche et en s'inspirant des modèles précédemment indiqués dans le tableau (2.1), nous avons établi un questionnaire comme premier outil de collecte de données. Ce dernier est constitué de sept *items*¹ organisés de façon à aller de plus général au plus spécifique, et dont les questions suivent un ordre particulier de logique.

Le questionnaire comporte 25 questions fermées réparties sur les différents *items*, dont certaines sont dichotomiques, c'est-à-dire le répondant choisit entre deux réponses possibles uniquement, et dont certaines suivent une échelle de type Likert en cinq points, allant de « 1 = Pas du tout » à « 5 = tout à fait », ce type de questions est destiné à mesurer l'intensité des opinions et à évaluer les prises de positions des individus concernant un sujet donné.

En fait, les questions fermées ont pour but de simplifier la codification des réponses et leurs analyses.

Les *items* ont été choisis suivant la revue de littérature de l'intention entrepreneuriale (chapitre 02) et en fonction des hypothèses de notre recherche :

➤ **Item 1: intention entrepreneuriale**

Vu que l'intention entrepreneuriale est la variable à expliquer dans la présente recherche, nous avons prévu six questions ayant pour objectif de repérer la présence de cette intention, de mesurer son intensité, de savoir s'il y avait des porteurs d'idées ou de projets et de connaître le délai de concrétisation de ces derniers.

➤ **Item 2: INJAZ EL Djazair**

Cet item représente une variable explicative de l'intention entrepreneuriale. À travers ce thème qui comporte sept questions, nous cherchons à comprendre l'impact du programme

¹ Voir en annexe N°2.

d'INJAZ EL Djazair sur le désir d'entreprendre des répondants, sa contribution et ses insuffisances, et ce dans le but de vérifier notre première hypothèse de recherche H₁.

➤ **Item 3: soutien de l'entourage**

Le soutien de l'entourage représente une deuxième variable explicative agissant sur l'intention entrepreneuriale. Cette partie comporte deux questions visant à comprendre si l'environnement des répondants est favorable ou défavorable à leur désir d'entreprendre et si les modèles d'entrepreneurs vivant dans leur entourage influencent ce désir ou pas.

➤ **Item 4: formation**

La formation représente ici une variable explicative influençant l'intention entrepreneuriale. La rubrique comprend quatre questions cherchant à savoir si les répondants ayant suivi des cours en entrepreneuriat à l'université ou hors l'université, ainsi que l'impact et la nécessité perçus de ces cours sur leur désir d'entreprendre.

➤ **Item 5: financement**

Le financement représente une autre variable explicative de l'intention entrepreneuriale. Par le biais de cet *item* qui comprend deux questions, nous visons à comprendre la perception du répondant vis-à-vis la disponibilité du financement, et s'il est bien informé sur les différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises.

➤ **Item 6: compétences professionnelles**

Les compétences professionnelles représentent également une variable explicative agissant sur l'intention entrepreneuriale. Cette partie comprend des propositions indiquant le degré de maîtrise de certaines techniques de gestion lors de la création de l'entreprise et l'exercice de l'activité. Cette rubrique cherche à déceler les compétences managériales des répondants.

➤ **Item 7 : motivation**

Les motivations constituent une variable explicative de l'intention entrepreneuriale. Cette partie comporte onze propositions visant à déceler les principales motivations derrière le désir entrepreneurial des répondants et de mesurer leur intensité.

Le but des *items* relatifs au soutien de l'entourage, à l'enseignement, au financement, aux compétences professionnelles et aux motivations (item 3, 4, 5,6 et 7) est de tester notre deuxième hypothèse de recherche H₂.

➤ **Item 8: fiche signalétique**

Cette partie comporte quatre questions d'identification, à savoir : « le nom » et « le prénom » dont la réponse est facultative, et deux variables démographiques « le sexe » et « l'âge ». Usuellement, ces renseignements sont laissés à la fin du questionnaire.

Nous avons jugé important de préciser aux répondants que ce questionnaire n'est pas un test, et qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Nous avons insisté sur le fait qu'une réponse est bonne si elle reflète ce que le répondant pense réellement.

2.1.2. Traitement du questionnaire :

Le questionnaire va être traité à l'aide d'un IBM SPSS Statistics 22. Ce logiciel permet d'exploiter les résultats obtenus en les présentant sous forme de tableaux synthétiques ou de graphiques. Cette étape nécessite en amont le codage des questions ainsi que leurs réponses, autrement dit, la transformation de chaque variable à un symbole (chiffre ou lettre).

Une fois le codage est terminé, nous avons commencé le traitement des données à l'aide de l'analyse descriptive, le test de fiabilité, la régression simple et multiple en vue de construire un modèle d'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ El Djazair.

2.2. Présentation de l'échantillon d'étude:

Pour étudier les déterminants de l'intention entrepreneuriale et l'impact du programme INJAZ El Djazair sur ce désir, nous avons visé uniquement les personnes qui ont participé aux programmes de cette association, appelées « Alumni ».

INJAZ El Djazair compte à ce jour 10 000 participants (N) issus des différentes Wilayates du pays, et dont l'âge est compris entre 6 à 25 ans. Comme les programmes « Entrepreneurial Master Class » et « More Than Money » sont destinés aux personnes ayant moins 16 ans, notre population va se porter sur les participants des autres programmes à

savoir : « Company Program », « StartUp », « Be Innovative Camp », « Job Shadow » et « Steer Your Career » et dont l'âge est de 18 ans et plus.

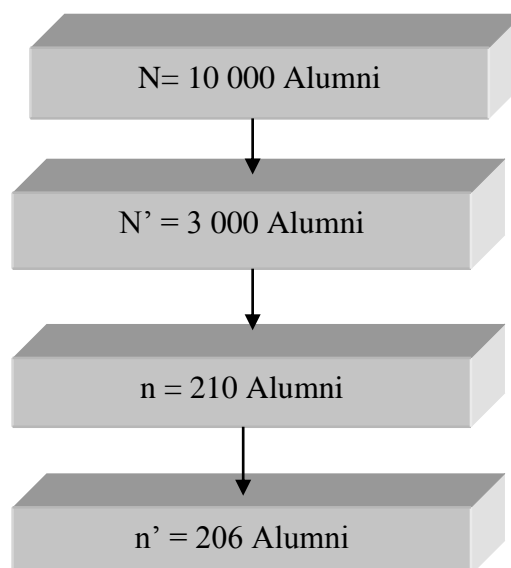
Vu que les participants sont issus de l'ensemble du territoire national et leur nombre est élevé, nous avons opté pour la voie électronique comme une modalité d'administration du questionnaire, autrement dit, le questionnaire a été auto-administré car le répondant le remplit lui-même de manière autonome et sans assistance.

Pour cette raison, l'organisme nous a fourni une base de données contenant les coordonnées, y compris les adresses mail, de 3 000 participants (N').

Notre questionnaire a été établi alors dans une plateforme électronique à l'aide du Google Form qui est un outil de création de questionnaire en ligne. Nous avons envoyé le lien du questionnaire¹ par la voie électronique aux 3 000 Alumni.

Vu la capacité d'envoi limitée du Yahoo Mail, nous avons envoyé les mails par quotas, à savoir 80 adresses par email. Lors du mailing, nous avons reçu des avis d'échec pour certaines adresses soit parce qu'elles ne sont plus actives soit parce qu'elles sont fausses. Nous avons reçu 210 réponses (n) dont 206 (n') sont exploitables. Ces dernières représentent notre échantillon d'étude².

Figure 3.1 : les étapes de constitution de notre échantillon d'étude



Source : établie par l'étudiante.

¹ Voir en annexe N°3.

² Voir en annexe N° 4.

2.3. Outils d'analyse et d'interprétation des résultats :

Pour analyser les données recueillies, nous allons utiliser les outils suivants :

2.3.1. Statistique descriptive :

Nous allons utiliser le tri à plat pour dénombrer les réponses de certaines questions. Ensuite, nous allons utiliser le tri croisé pour voir s'il y a une relation entre la variable à expliquer et les variables explicatives.

2.3.2. Analyse de fiabilité:

Cette analyse utilise le coefficient d'Alpha Cronbach, qui mesure la cohérence interne ou la fiabilité des questions posées dans un questionnaire. Sa valeur est entre 0 et 1, étant considérée comme "acceptable" à partir de 0,6.

2.3.3. Régression linéaire :

L'objectif de l'analyse de la régression est de vérifier l'existence d'une relation entre deux ou plusieurs variables de nature quantitative testées par la corrélation. Dans cette présente étude, nous allons utiliser la régression linéaire simple, ainsi que la régression linéaire multiple.

La régression linéaire simple teste l'existence d'une relation entre une seule variable explicative (variable indépendante) et une variable expliquée (variable dépendante). Tandis que la régression linéaire multiple teste l'existence d'une relation entre plusieurs variables explicatives et une seule variable expliquée.

Nous présenterons d'abord le modèle de travail, puis, nous donnerons l'interprétation des résultats :

➤ **Modèle de travail :**

La régression consiste à rechercher la « droite des moindres carrés », qui passe le plus près possible de toutes les observations dans l'échantillon :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_i X_i$$

- Y: la variable à expliquer.
- X_i: les variables explicatives.
- α et β_i sont des paramètres.

La régression simple est un cas particulier de la régression multiple avec une seule variable explicative X au lieu de plusieurs variables X_i.

➤ **Interprétation des résultats :**

Les indices permettant de juger la qualité de la régression linéaire effectuée sont :

- Le coefficient de détermination R^2 : sa valeur est comprise entre 0 et 1, il permet de juger la qualité d'une régression linéaire, simple ou multiple. C'est le carré du coefficient de corrélation.
- Le test de Fisher: il permet de tester si le modèle linéaire rend compte de manière significative du comportement de la variable dépendante (expliquée). Il permet également de juger de la qualité des modèles sélectionnés.
- Le test de Student: il permet de se prononcer sur la signification individuelle des coefficients de chaque variable explicative.

Section 03 : analyses et interprétations des résultats

L'objet de cette section est d'exposer les résultats de notre questionnaire et d'y apporter des analyses et des interprétations. Pour cette raison, nous commencerons avec l'analyse descriptive. Puis nous calculerons le coefficient d'Alpha Cronbach pour vérifier la fiabilité du questionnaire. Enfin, nous présenterons notre modèle économétrique de l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ El Djazair.

3.1. Analyse descriptive :

Dans cette partie, nous allons analyser les résultats obtenus à l'aide des statistiques descriptives :

3.1.1. Tri à plat :

Le tri à plat permet de dénombrer les réponses de chaque question et d'en calculer le poids en pourcentage.

3.1.1.1. Variables démographiques :

Tableau 3.1 : sexe du répondant

		Fréquence	Pourcentage
Sexe	femme	94	45,6
	homme	112	54,4
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Tableau 3.2 : âge du répondant

		Fréquence	Pourcentage
Age	[18-20[3	1,6
	[20-22[19	9,2
	[22-24[79	38,3
	[24-26[87	42,2
	26 et plus	18	8,7
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Les commentaires :

- Notre échantillon est composé de 206 répondants dont 45.6% sont des femmes, et 54,4% sont des hommes (tableau 3.1).
- Par ailleurs, notre échantillon est composé de 5 tranches d'âge : [18-20[, [20-22[, [22-24[, [24-26[et ceux ayant 26 ans et plus : nous constatons que 42.2% des répondants ont entre 24 ans et 26 ans et que les répondants ayant entre 18 ans et 20 ans ne représentent que 1.5% de l'échantillon (tableau 3.2).¹

3.1.1.2.Variable dépendante :

Cette rubrique contient sept questions, nous allons analyser trois parmi elles, tandis que le reste des questions va être analysé lors du tri croisé et la régression linéaire :

- **La première question:** avez-vous l'intention de créer une entreprise ?

Tableau 3.3 : l'intention entrepreneuriale

		Fréquence	Pourcentage
L'intention entrepreneuriale	Vous n'avez aucune intention	9	4,4
	Vous avez l'intention	155	75,2
	Vous ne savez pas	42	20,4
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La deuxième question :** avez-vous une idée ou un projet pour lancer votre entreprise ?

¹ Voir en annexe N° 5.

Tableau 3.4 : la possession d'une idée ou d'un projet

		Fréquence	Pourcentage
Avoir une idée ou un projet	Non	45	21,8
	Oui	161	78,2
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La troisième question** : comment est né(e) cette idée ou ce projet ?

Tableau 3.5 : l'origine de l'idée ou du projet

		Fréquence	Pourcentage
L'origine de l'idée ou du projet	Après une rencontre avec un entrepreneur	14	8,7
	Suite à une expérience professionnelle	28	17,4
	Suite à une formation	33	20,5
	Présence d'une opportunité	40	24,8
	Suite à une participation à un programme d'entrepreneuriat	46	28,6
	Total	161	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La quatrième question** : Quel est le délai de concrétisation de votre intention de création d'une entreprise ?

Tableau 3.6 : le délai de concrétisation du projet/ de l'idée

		Fréquence	Pourcentage
Délai de concrétisation	Vous n'avez pas encore décidé	50	31,1
	Au cours de votre parcours universitaire	11	6,8
	A la fin de votre parcours universitaire	28	17,4
	Après quelques années	63	39,1
	Vous avez déjà lancé votre entreprise	9	5,6
	Total	161	100

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Les commentaires :

- La première question vise à savoir si les répondants ont une intention d'entreprendre ou non. Selon les résultats, 155 des répondants (75.2%) ont une intention entrepreneuriale, tandis que 42 répondants (20.4%) ne savent pas s'ils en ont, et 9 personnes (4.4%) uniquement disent qu'ils n'ont pas une intention entrepreneuriale (tableau 3.3).
- La deuxième question cherche à savoir si les répondants ont déjà une idée ou un projet leur permettant de créer une entreprise. D'après les résultats, le nombre des porteurs d'idées ou de projets est de 161 (78.2%), tandis que 45 personnes (21.8%) disent qu'ils n'ont pas d'idées ou de projet pour lancer une entreprise (tableau 3.4).
- Par ailleurs, la troisième question est destinée aux porteurs d'idées ou de projets d'entreprise uniquement (les 161 répondants de la question précédente), et ce dans le but de connaître l'origine de leurs idées. Les résultats montrent que 46 répondants (28.6%) disent que leurs idées sont nées suite à une participation à un des programmes et/ou des compétitions de startup, tandis que 40 autres répondants disent que l'origine de leurs idées était la présence d'une opportunité d'affaire ou un besoin sur le marché, 33 répondants (20.5%) stipulent que la naissance de leurs idées était due aux formations ou aux études suivies, 28 autres (17.4%) disent que leur expérience professionnelle était l'origine de leurs idées, tandis que le reste des répondants (8.7%) disent que leur rencontre avec des entrepreneurs a été l'origine de leurs idées (tableau 3.5).
- La quatrième question est destinée également aux porteurs d'idées et projets, et ce pour savoir le délai de concrétisation de ces derniers. D'après les résultats, 39.1% des participants disent qu'ils vont matérialiser leurs projets après quelques années, tandis que 31.1% stipulent qu'ils n'ont pas encore décidé du délai, 17.4% disent qu'ils vont les réaliser vers la fin de leur parcours universitaire, 6.8% disent qu'ils vont les réaliser au cours de leur cursus, tandis que 5.6% des participants ont déjà réalisé leurs idées et ouvert leurs entreprises (tableau 3.6)¹.

3.1.1.3. Variables indépendantes :

¹ Voir en annexe N° 6.

Cette partie concerne l'analyse descriptive des déterminants qui influencent l'intention entrepreneuriale.

3.1.1.3.1. INJAZ EL Djazair :

- **La première question :** à votre avis, quelle est la contribution des programmes d'INJAZ EL Djazair ?

Tableau 3.7 : la contribution des programmes d'INJAZ EL Djazair

		Fréquence	Pourcentage
Contribution des programmes d'INJAZ EL Djazair	Accompagner	41	19,9
	Former	60	29,1
	Informer	105	51,0
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La deuxième question :** à votre avis, qu'est ce qui manque aux programmes ?

Tableau 3.8 : les insuffisances des programmes d'INJAZ EL Djazair

		Fréquence	Pourcentage
Les insuffisances des programmes	Absence de coaching	59	28,6
	Manque d'exercice	87	42,3
	programme insuffisant	60	29,1
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La troisième question :** avez-vous déjà pris connaissance des différentes démarches à suivre pour créer votre entreprise ?

Tableau 3.9 : les démarches nécessaires à la création d'entreprise

		Fréquence	Pourcentage
Les démarches de création d'entreprise	Non	60	29,1
	Oui	146	70,9
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La quatrième question :** quel est l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention entrepreneuriale ?

Tableau 3.10 : l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur l'intention entrepreneuriale

	Fréquence	Pourcentage	
L'impact du programme INJAZ EL Djazair sur l'intention	Impact négatif	6	2,9
	Aucun impact	41	19,9
	Impact positif	159	77,2
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Les commentaires :

- La première question a pour but d'identifier la contribution du programme INJAZ EL Djazair vis-à-vis la création d'entreprises. Selon les résultats, 105 des répondants (51%) indiquent que le programme INJAZ EL Djazair informe seulement sur la création d'entreprise, tandis que 60 répondants (29.1%) indiquent que le programme forme ses participants à la création d'entreprise, et le reste (19.9%) stipule que la contribution du programme est l'accompagnement des participants durant la création de leurs entreprises (tableau 3.7).
- La deuxième question a pour but d'identifier ce qui manque aux programmes INJAZ EL Djazair. Selon les résultats, 87 participants (42.3%) stipulent que les programmes manquent d'exercices pratiques, 60 autres participants (29.1%) disent que les programmes sont insuffisants, tandis que le reste (28.6%) dit qu'il y a un manque de coaching et d'accompagnement (tableau 3.8).
- Par ailleurs, la troisième question cherche à savoir si le programme INJAZ EL Djazair apprend à ses participants les démarches nécessaires à la création d'entreprise. Selon les résultats, 146 répondants (70,9%) confirment qu'ils ont pris connaissance de ces démarches, tandis que 60 répondants (29.1%) stipulent qu'ils n'en ont pas pris (tableau 3.9).
- Le but de la quatrième question est d'identifier la nature de l'impact des programmes INJAZ EL Djazair sur l'intention entrepreneuriale des participants. Selon les résultats, 159 participants (77.2%) indiquent que les programmes avaient un impact positif sur leur intention d'entreprendre, 41 répondants (19.9%) indiquent qu'ils n'avaient aucun impact sur leur intention, tandis que 9 répondants seulement (2.9%) stipulent qu'ils avaient un impact négatif (tableau 3.10).¹

¹ Voir en annexe N° 7.

3.1.1.3.2. Soutien de l'entourage :

- **La première question** : connaissez-vous des personnes de votre entourage qui ont déjà créé leur entreprise ?

Tableau 3.11 : le modèle d'entrepreneur

		Fréquence	Pourcentage
Le modèle d'entrepreneur	Amis	53	25,7
	Conjoint	6	2,9
	Enseignant	41	19,9
	Famille proche	58	28,2
	Frères et sœurs	16	7,8
	Parents	32	15,5
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La deuxième question** : Est-ce que les membres de votre entourage sont-t-ils favorables à votre intention de créer votre entreprise ?

Tableau 3.12 : le soutien de l'entourage

	Pas du tout favorable	Défavorable	Ni favorable ni défavorable	Favorable	Tout à fait favorable
Parents	8.7 %	9.2 %	0%	42.7 %	39.3 %
Sœurs et frères	5.8 %	8.3 %	0%	46.1 %	39.8 %
Famille proche	13.6 %	12.6 %	0%	44.9 %	26.1 %
Conjoint	10.2 %	17.5 %	0%	50.5 %	21.8 %
Amis proches	5.8 %	7.3 %	0%	45.6 %	41.3 %
Enseignant(s)	8.7 %	10.7 %	0%	41.3 %	39.3 %

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire :

- La première question cherche à identifier le modèle d'entrepreneur vivant dans l'entourage des répondants. Les résultats indiquent que 58 répondants (28.2%) connaissent des entrepreneurs appartenant à leur entourage familial contre 53 (25.7%) répondants qui indiquent qu'ils connaissent des entrepreneurs appartenant à leur zone d'amis, 41 répondants (19.9%) attestent que leurs enseignants sont des entrepreneurs, 32 répondants (15.5%) indiquent que leurs parents sont des entrepreneurs, tandis que

16 répondants (7.8%) indiquent que leurs frères ou sœurs sont des entrepreneurs, et seulement 6 répondants (2.9%) qui attestent que leurs conjoints sont des entrepreneurs (tableau 3.11).¹

- La deuxième question vise à connaître l'avis de l'entourage proche des participants vis-à-vis leur intention d'entreprendre. Les résultats montrent que la majorité des membres du milieu des participants sont favorables ou tout à fait favorables à l'égard de leur désir entrepreneurial : 42.7% des parents, 46.1% des frères et sœurs, 44.9% de la famille proche, 50.5% des conjoints, 45.6% des amis proches et 41.3% des enseignants sont tous favorables (tableau 3.12).²

3.1.1.3.3. Formation:

- **La première question :** avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ?

Tableau 3.13 : la formation de l'entrepreneuriat à l'université

		Fréquence	Pourcentage
Formation en entrepreneuriat à l'université	Non	74	35,9
	Oui	132	64,1
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

- **La deuxième question :** avez-vous suivez des cours d'entrepreneuriat hors l'université ?

Tableau 3.14 : la formation de l'entrepreneuriat hors l'université

		Fréquence	Pourcentage
Formation d'entrepreneuriat hors l'université	Non	128	62,1
	Oui	78	37,9
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Les commentaires:

- La première question vise à identifier ceux qui ont suivi une formation en entrepreneuriat dans leur cursus universitaire. Les résultats montrent que 64.1% des

¹ Voir en annexe N° 8.

² Voir en annexe N°9.

répondants, à savoir la majorité, ont suivi une formation en création d'entreprises dans l'université, tandis que 35.5% disent qu'ils n'ont pas eu une formation dans ce domaine dans leur cursus universitaire (tableau 3.13).

- Par ailleurs, la deuxième question a pour but d'identifier ceux qui ont suivi des cours d'entrepreneuriat hors l'université. Selon les résultats, 62.1% des répondants confirment qu'ils n'ont pas eu une formation en entrepreneuriat en dehors de l'université, tandis que les répondants restants (37.9%) attestent qu'ils en ont eu (tableau 3.14)¹.

3.1.1.3.4. Financement :

- **La première question :** avez-vous déjà été informé sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ?

Tableau 3.15 : les dispositifs d'aide à la création d'entreprise

		Fréquence	Pourcentage
Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise	Non	89	43,2
	Oui	117	56,8
	Total	206	100,0

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : cette question a pour but de savoir si les répondants ont été informés sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise. Selon les résultats, 56.8% répondants confirment qu'ils sont informés, tandis que 43.2% attestent qu'ils ne le sont pas (tableau 3.15).²

3.1.1.3.5. Motivations :

- **La première question :** Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles pour créer une entreprise ?

¹ Voir en annexe N° 10.

² Voir en annexe N° 11.

Tableau 3.16 : motivations entrepreneuriales

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Vous ne savez pas	D'accord	Tout à fait d'accord
Je prendrai de nouvelles responsabilités	6,3%	15.5%	0%	42,7%	35,4 %
Je gagnerai plus d'argent	8.3%	13.1%	0%	41.7%	36.9 %
J'évoluerai professionnellement	5.3 %	8.3 %	0%	31.6 %	54.8 %
Je serai autonome	5.3%	14.1%	0%	22.8 %	57.8 %
J'aspire à plus de liberté et de reconnaissance sociale	8.3%	22.3%	0%	35.4 %	34 %
J'aurai une satisfaction personnelle	4.4 %	12.1 %	0%	22.8 %	60.7 %
Construire un patrimoine pour ma famille	9.2 %	21.8 %	0%	37.4 %	31.6 %
J'aurai plus de flexibilité pour gérer mes horaires	11.2 %	27.7 %	0%	32.%	29.1 %
J'échapperai au chômage en créant mon propre emploi	12.6 %	27.2 %	0%	30.1 %	30.1 %
Je créerai des emplois	5.3 %	10.2 %	0%	36.4 %	48.1 %

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : cette question cherche à déceler les motivations derrière l'intention entrepreneuriale des participants. D'après les résultats, les facteurs motivationnels sont¹ :

- 42,7 % des participants sont d'accord que le fait que la prise de nouvelles responsabilités constitue un facteur de motivation vis-à-vis l'entrepreneuriat.
- 41.1% des participants sont d'accord que le fait de gagner plus d'argent stimule leur intention entrepreneuriale.

¹ Voir en annexe N°12.

- 54.8 % des participants sont tout à fait d'accord que l'évolution professionnelle constitue un facteur motivationnel à l'égard de l'entrepreneuriat.
- 57.8% des participants sont tout à fait d'accord que l'autonomie constitue un facteur important qui leur incite à choisir la voie entrepreneuriale.
- En outre, 35.4% des participants sont d'accord que la liberté et la reconnaissance sociale leur incitent à entreprendre.
- De plus, 60.7% des participants sont tout à fait d'accord que la satisfaction personnelle constitue une de leur majeure motivation quant à l'entrepreneuriat.
- Par ailleurs, 37.4% des participants sont d'accord que la construction d'un patrimoine pour leurs familles constitue une des causes déclenchant leurs intentions entrepreneuriales.
- 32% des participants sont d'accord que la flexibilité des horaires de travail constitue un des facteurs motivationnels à l'égard de l'entrepreneuriat.
- 30.1% des participants sont tout à fait d'accord que la création de son propre emploi en échappant au chômage leur incite à choisir la voie entrepreneuriale.
- Enfin, 48.1% des participants sont tout à fait d'accord que la création des emplois stimule leur intention à entreprendre (tableau 3.16).

3.1.2. Tri croisé :

Le tri croisé permet de voir s'il y a une relation entre deux variables. Quant à nous, nous allons croiser chaque variable indépendante avec la variable à expliquer, à savoir l'intention entrepreneuriale :

3.1.2.1. L'âge et l'intention entrepreneuriale :

Tableau 3.17 : tri croisé « âge - intention entrepreneuriale »

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Age	[18-20[0	3	0	3
	[20-22[2	11	6	19
	[22-24[2	62	15	79
	[24-26[3	67	17	87
	26 et plus	2	12	4	18
Total		9	155	42	206

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : le croisement de l'âge et de l'intention entrepreneuriale fait apparaître que la majorité des participants, appartenant aux différentes tranches d'âge, a l'intention entrepreneuriale : 11 sur 19 participants dont l'âge est compris entre 20 et 22 ans, ont l'intention d'entreprendre, 67 sur 87 participants dont l'âge est compris entre 24 et 26 ans, ont également le désir d'entreprendre¹.

Ceci nous amène à conclure que l'âge n'a pas d'impact sur l'intention d'entreprendre des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

3.1.2.2. Le sexe et l'intention entrepreneuriale :

Tableau 3.18 : tri croisé « sexe - intention entrepreneuriale »

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Sexe	femme	4	69	21	94
	homme	5	86	21	112
Total		9	155	42	206

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS.

¹ Voir en annexe N°13.

Commentaire : le croisement du sexe et de l'intention entrepreneuriale laisse apparaitre que la proportion de cette dernière est similaire par rapport aux deux sexes: 69 femmes sur 94, et 86 hommes sur 112 ont le désir d'entreprendre.¹

Ceci nous amène à conclure que le sexe n'a pas d'impact sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ EL Djazair.

3.1.2.3. INJAZ EL Djazair et l'intention entrepreneuriale :

Tableau 3.19 : tri croisé « INJAZ EL Djazair – intention entrepreneuriale »

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ?	impact négatif	0	4	2	6
	aucun impact	0	30	10	40
	impact positif	9	121	30	160
Total		9	155	42	206

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : le croisement du programme INJAZ EL Djazair et l'intention entrepreneuriale fait apparaitre que la majorité des participants ayant le désir d'entreprendre, soit 121 participants sur 160, confirme que les programmes d'INJAZ ont un impact positif sur leur intention.²

Ceci nous amène à conclure que les programmes d'INJAZ EL Djazair influencent positivement l'intention entrepreneuriale de leurs participants.

3.1.2.4. Le soutien de l'entourage et l'intention entrepreneuriale :

¹ Voir en annexe N°14.

² Voir en annexe N°15.

Tableau 3.20 : tri croisé « soutien de l'entourage - intention entrepreneuriale »

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Connaissez-vous des personnes de votre entourage familial qui ont déjà créé leur entreprise ? [Oui]	Amis	4	37	12	53
	Conjoint	0	6	0	6
	Enseignant	0	34	7	41
	Famille	0	45	13	58
	Frères	1	11	4	16
	Parents	4	22	6	32
Total		9	155	42	206

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : le croisement du soutien de l'entourage et de l'intention entrepreneuriale laisse apparaître que la majorité des participants ayant un modèle d'entrepreneur dans leur entourage (frères, parents, amis...) ont le désir d'entreprendre : 37 participants sur 53 ayant des amis entrepreneurs, et 34 participants sur 41 ayant un enseignant entrepreneur ont une intention entrepreneuriale.¹

Ceci nous amène à conclure que le modèle d'entrepreneur a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

3.1.2.5. La formation et l'intention entrepreneuriale :

¹ Voir en annexe N°16.

Tableau 3.21: tri croisé « formation - l'intention entrepreneuriale »

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ?	Non	3	49	22	74
	Oui	6	106	20	132
Total		9	155	42	206

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : le croisement de la formation en entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale laisse apparaître que le nombre des participants ayant suivi des cours en entrepreneuriat dans leur cursus universitaire et possédant un désir d'entreprendre, est plus grand que celui des participants qui n'ont pas eu des cours en la matière : 106 participants ayant suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprises sur 132, ont une intention entrepreneuriale. ¹

Ceci nous permet de conclure que la formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprises a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

3.1.2.6. Le financement et l'intention entrepreneuriale :

¹ Voir en annexe N°17.

Tableau 3.22 : tri croisé « financement et l'intention entrepreneuriale »

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Selon vous, est-il difficile d'obtenir des fonds pour le lancement de votre projet ?	Tout à fait difficile	3	58	15	76
	Plutôt difficile	5	82	23	110
	Ni difficile ni facile	0	0	0	0
	Pas difficile	1	14	2	17
	Pas du tout difficile	0	1	2	3
Total		9	155	42	206

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Commentaire : le croisement du financement et de l'intention entrepreneuriale fait apparaître que les participants qui perçoivent le financement comme difficile ou tout à fait difficile, ont un désir d'entreprendre : 58 participants sur 76 pensant que le financement est tout à fait difficile, et 82 participants sur 110 pensant qu'il est difficile, ont une intention entrepreneuriale.¹

Ces résultats nous amènent à conclure que le manque du financement n'a pas d'impact négatif sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

3.2. Test de fiabilité :

Le test de fiabilité permet de vérifier la cohérence du questionnaire. Pour notre questionnaire, la fiabilité est largement acceptable, car le coefficient d'Alpha Cronbach est de « **0.907** ». Autrement dit, il dépasse la norme théorique alignée à 0,6. Cela implique que notre questionnaire est fiable pour mener une étude correcte².

¹ Voir l'annexe N°18.

² Voir en annexe N°19.

3.3. Analyse économétrique :

Afin de tester la validité des hypothèses de notre recherche et les résultats de l'analyse descriptive, nous avons utilisé les techniques de la régression linéaire et ANOVA. Cette étude nous permettra de vérifier l'influence des variables explicatives sur la variable à expliquer à savoir : l'intention entrepreneuriale. Il s'agit donc de soumettre les relations formulées dans les hypothèses à des tests économétriques de façon à déterminer, lorsqu'elles existent, la signification des contributions des variables indépendantes sur les variations de la variable dépendante.

3.3.1. Régression simple :

La régression linéaire permet de vérifier la relation de cause (variable explicative) à effet (variable à expliquer) entre deux variables quantitatives dont nous avons postulé l'existence dans la première hypothèse H₁, à savoir : les programmes d'INDJAZ El Djazair ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des Alumni.

Avant de passer à la régression linéaire, nous allons analyser la variance à un facteur, appelée ANOVA (*ANalysis Of VAriance*). Ce test permet de vérifier l'existence d'une influence significative d'une variable indépendante sur une variable dépendante. Les résultats de ce test se résument dans le tableau 3.23 :

Tableau 3.23 : l'analyse de variance à un facteur avec le test ANOVA

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	3,765	1	3,765	10,687	0,001 ^b
	Résidu	55,310	157	0,352		
	Total	59,075	158			
a. Variable dépendante : l'intention entrepreneuriale						
R=0.252		R ² =0.064		R ² ajusté=0.058		

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Il apparaît dans le tableau ci-dessus que les programmes d'INDJAZ EL Djazair ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale car la valeur Fisher est de 10.687 ce qui veut dire qu'elle est significative avec une valeur de 0.001 qui est inférieur à 0.05 : donc, nous refusons l'hypothèse nulle H₀ qui dit qu'il n'y a pas d'impact entre les deux variables, et nous

acceptons l'hypothèse alternative H_1 qui stipule que INDJAZ El Djazair a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale.

En outre, le coefficient de détermination linéaire (R^2) est égal à 0.064, ce qui nous amène à conclure qu'il y a une relation, positive mais faible, de cause à effet entre les programmes d'INDJAZ el Djazair et l'intention entrepreneuriale à hauteur de 6.4%, la chose qui confirme les résultats précédents de l'analyse descriptive (tri croisé entre l'intention entrepreneuriale et les programmes d'INJAZ EL Djazair).

Le modèle de régression linéaire entre les deux variables est décrit dans le tableau suivant :

Tableau 3.24 : les coefficients de modèle de régression linéaire

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1 Modèle	(Constante)	2,933	0,182		16,136	0,000
		0,143	0,044	0,252	3,269	0,001

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Le modèle de régression entre les deux variables est déterminé par l'équation suivante :

$$IE = 2.933 + 0.143 ID$$

L'équation signifie qu'il suffit qu'une unité d'INDJAZ El Djazair (ID) change pour que l'intention entrepreneuriale (IE) subisse un changement de 0.143. Il est à noter qu'il existe d'autres changements sont du à d'autres facteurs qui n'étaient pas cités dans le modèle, causant ainsi un changement atteignant la valeur de 2.933.¹

3.3.2. Régression multiple :

La régression multiple permet de tester l'influence simultanée des variables explicatives sur la variable à expliquer dont nous avons postulé l'existence dans notre

¹ Voir en annexe N°20.

deuxième hypothèse H₂, à savoir : il existe d'autres facteurs ayant un impact positif sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ El Djazair.

Pour les identifier, nous avons étudié l'impact des motivations, des compétences professionnelles, du soutien de l'entourage et de financement sur l'intention entrepreneuriale des Alumni.

Tableau 3.23 : l'analyse de variance avec le test ANOVA

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	18,777	4	4,694	17,939	0,000 ^b
	Résidu	40,298	154	0,262		
	Total	59,075	158			
Variable dépendante : l'intention entrepreneuriale						
R=0.564		R ² =0.318		R ² ajusté =0.300		

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que la valeur de Fisher atteint 17.939 avec une valeur de signification inférieure à 0.05, la chose qui nous permet de conclure qu'il y a au moins une variable ayant un impact sur l'intention entrepreneuriale. Ces résultats nous permettent d'une part, de refuser l'hypothèse nulle qui dit qu'il n'y a pas d'autres facteurs ayant un impact sur l'IE, et d'autre part, d'accepter l'hypothèse alternative qui stipule qu'il existe d'autres facteurs ayant un impact positif sur l'IE des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

Pour identifier ces facteurs, nous avons calculé les coefficients de l'équation de la régression multiple dans le tableau suivant :

Tableau 3.26 : les coefficients du modèle de régression multiple des variables

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficient standardisé	t	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	,977	,312		3,133	0,002
	X1=les motivations	0,145	0,084	0,150	1,725	0,087
	X2= Le soutien de votre entourage	0,150	0,073	0,181	2,052	0,042
	X3=Les compétences professionnelles	0,296	0,118	0,233	2,509	0,013
	X4=Le financement	0,083	0,038	0,162	2,197	0,029
a. Variable dépendante / l'intention entrepreneuriale						

Source : établi par l'étudiante en se basant sur les sorties du SPSS

Selon les résultats du tableau ci-dessus, nous constatons que la valeur de Student de la variable « motivation » n'est pas significative car elle est de 1.725 : alors les motivations n'ont pas d'impact sur l'IE des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair.

Nous remarquons également que les valeurs de Student des variables « le soutien de l'entourage », « les compétences professionnelles » et « le financement » sont respectivement de 2.052, 2.509 et 2.197. Elles sont aussi toutes significatives car les valeurs de signification, à savoir 0.042, 0.013 et 0.029, sont toutes inférieures à 0.05.

Ces résultats nous amènent à conclure que: le soutien de l'entourage (SE), les compétences professionnelles (CP) et le financement (F) ont un impact positif sur l'intention entrepreneuriale (IE), la chose qui confirme notre deuxième hypothèse H₂. L'équation suivante détermine le modèle de régression multiple de ces trois variables¹ :

$$IE = 0.977 + 0.150 SE + 0.296 CP + 0.83 F$$

¹ Voir en annexe N°21.

L'objet de ce chapitre est de présenter l'organisme « INJAZ El Djazair » et ses différents programmes, l'échantillon d'étude, la méthodologie suivie lors de la collecte et le traitement des données, les outils statistiques et économétriques utilisés, ainsi que l'analyse des résultats et leurs interprétations.

Notre recherche empirique auprès de 206 participants aux programmes d'INJAZ El Djazair avait pour but d'étudier l'intention entrepreneuriale de ces Alumni et d'identifier les principaux facteurs agissant sur cette dernière.

Cette étude nous a permis de conclure que la majorité des participants aux programmes INJAZ EL Djazair ont l'intention d'entreprendre, et que cette intention se manifeste par le fait qu'il y a un grand nombre de porteurs d'idées et de projets dont le délai de concrétisation est variant et qu'ils ont pris connaissance des différentes démarches de création d'entreprises. En outre, cette étude nous a permis de savoir que la plupart des participants ont des modèles d'entrepreneur vivant dans leur entourage, et que ce dernier est favorable vis-à-vis leur intention entrepreneuriale. De plus, les résultats ont montré que la majorité des participants ont reçu une formation en entrepreneuriat durant leur cursus universitaire et qu'ils sont informés sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprises. Les résultats ont montré également que les motifs qui motivent ces Alumni sont diversifiés tels que le gain d'argent, la satisfaction personnelle, la reconnaissance sociale, la création d'emploi, l'autonomie et l'évolution professionnelle.

L'étude nous a permis également de divulguer les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale des participants et de confirmer les deux hypothèses de notre recherche H_1 et H_2 . Selon les résultats, le sexe et l'âge n'ont pas d'impact sur leur désir d'entreprendre, tandis que le modèle d'entrepreneur, la formation, le soutien de l'entourage, le financement, les compétences entrepreneuriales et les programmes d'INJAZ El Djazair favorisent l'intention entrepreneuriale des participants.

Conclusion générale et suggestions

La création d'entreprises est un vecteur capital pour la création de la richesse et de l'emploi. Cet acte est devancé par une intention de créer. L'intention entrepreneuriale constitue la phase majeure du processus entrepreneurial et le meilleur prédicteur de l'acte d'entreprendre. Cette intention peut se déclencher suite à un certain nombre de facteurs liés à la personne ou à son environnement.

L'objectif de cette contribution est de déterminer les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ El Djazair, ainsi que de mesurer leur impact sur cette dernière tout en testant la validité des hypothèses de notre recherche, à savoir H_1 et H_2 .

Notre étude nous a amené à puiser dans la littérature entrepreneuriale et à appréhender les fondements théoriques de l'intention entrepreneuriale, les principaux modèles explicatifs de ce désir à savoir, la théorie de la formation de l'événement entrepreneurial de Sokol et Shapero (1982) et celle du comportement planifié d'Azjen (1991), ainsi que les différents facteurs agissant sur l'intention, à savoir les normes subjectives de l'individu, le degré de désirabilité à l'égard de l'acte entrepreneurial, le degré de faisabilité de ce dernier et le contrôle comportemental perçu.

Par ailleurs, nous avons adopté une méthodologie de recherche consistant à collecter les données par le biais d'un questionnaire, à traiter ce dernier via le logiciel SPSS et à analyser et interpréter les résultats recueillis à l'aide des outils statistiques et économétriques.

Dans ce présent travail, nous nous sommes inspirés des résultats des deux modèles précédemment cités, et ce pour construire les *items* de notre questionnaire qui a été répondu par 206 participants aux différents programmes d'INJAZ El Djazair.

Les résultats montrent que le sexe et l'âge du participant n'ont pas d'impact sur son intention entrepreneuriale, tandis que l'enseignement d'entrepreneuriat à l'université ou hors l'université favorise cette intention, car ces cours permettent de transmettre des connaissances sur les valeurs, les attitudes et les motivations des entrepreneurs et sur les raisons de l'action d'entreprendre, d'apprendre les démarches nécessaires à la création d'entreprise et de renforcer les compétences professionnelles liées la gestion de cette dernière.

Par ailleurs, les résultats montrent que l'entourage du participant a un grand impact sur son intention. En fait, les participants ayant des entrepreneurs dans leurs familles, zones d'amis ou dans leur milieu proche sont plus susceptibles à choisir la voie entrepreneuriale. Idem pour les participants dont l'entourage est favorable à leur désir d'entreprendre car un

entourage favorable à l'égard de l'entrepreneuriat et où il y a des modèles d'entrepreneur, apporte à la personne un soutien moral, une motivation et un réseau d'expérience, d'aide et de conseil.

En outre, les résultats ont indiqué que le participant est motivé à entreprendre par plusieurs motifs tels que l'autonomie, le gain d'argent, l'évolution professionnelle, la reconnaissance sociale, la satisfaction personnelle, la création d'emploi.

Quant aux hypothèses de notre recherche, l'analyse économétrique a prouvé que les programmes d'INJAZ El Djazair ont un impact positif sur les participants d'où la confirmation de la première hypothèse H_1 . Ceci est dû à la richesse des programmes ; le renforcement des compétences entrepreneuriales à travers les jeux de rôle, le brainstorming, la stimulation de l'innovation, l'apprentissage par l'action et le travail d'équipe ; la possibilité d'incubation et de financement des idées et des projets par de grandes entreprises nationales et internationales ; la présence du coaching ; l'élargissement du réseau professionnel vu que certains programmes sont menés au sein des entreprises ou assurés par des entrepreneurs. En effet, ce programme a porté ses fruits vu qu'INJAZ El Djazair compte aujourd'hui la création de dix (10) entreprises par ses anciens participants (Alumni). Ce nombre s'explique par le fait que la majorité des participants sont encore étudiants.

Quant à la deuxième hypothèse, l'étude économétrique a montré qu'il existe d'autres facteurs qui influencent positivement l'intention entrepreneuriale des Alumni, à savoir le financement, le soutien de l'entourage et la possession des compétences professionnelles d'où la confirmation de la deuxième hypothèse H_2 .

Ces résultats permettent de répondre à la problématique de notre recherche : les facteurs qui influencent positivement l'intention entrepreneuriale des Alumni sont les programmes d'INJAZ El Djazair, le financement, le soutien de l'entourage et les compétences professionnelles.

Afin de renforcer l'entrepreneuriat en Algérie, et favoriser l'intention entrepreneuriale dans les milieux des jeunes, nous préconisons un ensemble de suggestions :

- Mettre en place des programmes de mentorat au sein des universités et des écoles liant un enseignant et un étudiant, et ce pour coacher, orienter et accompagner ce dernier.
- Introduire les modules d'entrepreneuriat dans toutes les universités et les écoles et pour toutes les spécialités.
- Adopter des méthodes s'appuyant sur l'apprentissage par l'action lors de l'enseignement de l'entrepreneuriat.

-
- Organiser des séminaires, des colloques et des compétitions autour de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise.
 - Mettre en place des formations d'entrepreneuriat et de création d'entreprises à distance (e-Learning).
 - Créer des communautés d'entrepreneurs gravitant autour les écoles et les universités pour encourager les jeunes étudiants à entreprendre en partageant leurs expériences et leurs parcours entrepreneuriales.
 - Mettre en place des bureaux dont la mission principale est de fournir aux personnes désirantes d'entreprendre les informations nécessaires à la création d'entreprise (lois et réglementations, organismes d'aide...) au sein des universités et des écoles.
 - Faciliter l'accès aux sources de financement aux porteurs de projets et d'idées et assurer leur assistance dans le développement de leurs activités.
 - Développer un réseau d'entrepreneurs qui peuvent offrir leur conseil et leur expertise vis-à-vis la création d'entreprises à prix réduits aux porteurs de projets.
 - Renforcer le nombre des pépinières d'entreprises (les incubateurs).
 - Ouvrir des laboratoires aux universités et créer des revues scientifiques pour développer la recherche sur l'entrepreneuriat.
 - Quant à INJAZ EL Djazair, nous suggérons d'augmenter la limite d'âge afin de cibler ceux ayant plus de 25 ans, de faire des partenariats avec les universités et les écoles du sud Algérien pour assurer l'égalité de chance entre les wilayas du territoire, de renforcer leur politique de communication sur les réseaux sociaux, et de renforcer le nombre d'exercices pratiques dans leurs programmes et de concevoir une plateforme en ligne permettant de rassembler les Alumni, et ce pour créer un réseau d'aide et de partage.
 - Enfin, renforcer le corpus statistique, afin de réaliser des analyses comparatives nationales et des études d'impact.

En dépit de ses apports, cette recherche présente des limites :

- Cette recherche ne s'inscrit pas dans une perspective longitudinale, qui aurait permis de mener des entretiens individuels avec les participants aux programmes d'INAJZ EL Djazair, et ce pour mieux cerner les facteurs influençant leur intention entrepreneuriale.

- La taille de l'échantillon (206 participants) n'est pas suffisamment grande par rapport à la population mère (10 000 participants), et cela est dû au fait que nous n'avons accès qu'à une base de données de 3 000 participants de la part de l'organisme d'accueil.

Les limites évoquées ouvrent plusieurs pistes de recherche, trois principales voies nous semblent être importantes à aborder :

- La première piste consiste à effectuer une étude longitudinale des facteurs influençant l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes d'INJAZ EL Djazair avec un échantillon plus grand et en prenant en compte un nombre plus élevé de facteurs.
- La deuxième piste consiste à réaliser une étude longitudinale afin de savoir si les intentions de ces participants se sont concrétisées dans un délai de quatre à cinq ans après l'obtention de leur diplôme.
- La dernière piste consiste à faire une étude comparative de l'intention entrepreneuriale de la population féminine et la population masculine, et ce dans le but de déterminer les différences et les ressemblances de l'intention de chaque sexe.

Bibliographie :

1. Ouvrages:

- Danieuil (P.N) et Madaoui (M), «entrepreneur magrébin : terrain en développement », édition Karthala et IRMC, Paris, France 2011, p 36.
- El Mili (T), « tous entrepreneurs, compétences entrepreneuriales et formation », Edition Sanabil, Tunisie, 2006, P 75.
- Fayolle (A), « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, France, 2005, P 19.
- Filion (I.j) et Fayolle (A), « devenir entrepreneur des enjeux aux outils », édition village mondial, 2006, p. 254.
- Janessen (F): « entreprendre une introduction à l'entrepreneuriat », 1er édition groupe de BOECK, Paris, France, avril 2009, P 36.
- PARKER, (S): The Economics of Self-employment and Entrepreneurship, edition Cambridge University Press, New York, 2004.
- Perrous (F), « la pensée économique du Joseph Schumpeter : les dynamiques du capitalisme », édition de Librairie DROZ, Genève, 1965, P 91-92.
- Tounes (A), «l'intention entrepreneurial théorie et modèles», 4ème édition Sanabel Med SA, Tunisie,2007, p 74.
- Verstraete (T), « Entrepreneuriat et management stratégique : des domaines singuliers se recouvrant par le truchement des stratégies entrepreneuriales », Management International; Vol 6, No 2; 2002, P 55.
- Verstraete (T), « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », édition de l'ADREG, 2003, P 13.

2. Articles :

- Bruyat Et Julien: «defining the field of research in entrepreneurship», journal of business venturing, N°16-2, 2001, P 165-180.
- Duchéneaut (B), « les dirigeants des PME : enquête, analyses, chiffres pour mieux les connaitre», centre de recherche PME, France,1996, P 152-153.
- Gasse (Y) : « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », document du travail Faculté des sciences de l'administration-Université Laval, Quebec Canada, 2004, P 59.
- Gastine (L), « L'entrepreneuriat en France et dans le Grand Lyon », Centre Ressources Prospectives Du grand Lyon, France, 2007, P 3.

- Giacomini (O), Janssen (F), Pruett (M), Llopis (F), Shinnar (R) et Toney (B), « Impact Du Sexe Et De L'auto efficacité entrepreneuriale Sur L'intention Entrepreneuriale Des Etudiants: Une Comparaison Internationale », document de travail, Center For Research In Entrepreneurial Change & Innovative Strategies, 2010, P 1.
- Sang (M.L) Daesung (C) et Seong-Bae (L), "Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea", International Entrepreneurship and Management Journal, 2005, P 10.

3. Revues:

- Baldegger (R), « une perspective entrepreneuriale sur l'internationalisation des PME », Revue économique et sociale, N 3, septembre 2009, P 73.
- Bayad (M), Gallais (M), Marlin (X) et Schmitt (C), «entrepreneuriat et TPE, problématique de l'accompagnement », revue management et avenir N 40, 2010, P 9.
- Benhabib (A): « recherche en entrepreneuriat : quelles implications conceptuelles », revue des sciences humaines, N 14, université Mentouri, Constantine, décembre 2000, P 1.
- Facchini (F), « Entrepreneur et croissance économique : développements récents », revue d'économie industrielle N 119, 2007, P 55 -84.
- Fayolle (A) et Gailly (B), « Évaluation d'une formation en entrepreneuriat prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre», Revue Management, vol 12, 2009, P 90.
- Fillion (L.J), « Six types de propriétaires dirigeants de PME », Revue Organisations et Territoires, volume 9, N 1, hiver 2000, P 2-3.
- Giger (J.C) « Examen critique du caractère prédictif, causal et falsifiable de deux théories de la relation attitude-comportement : la théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié », revue de l'année psychologique, 2008, P 109-112.
- Hernandez (É.M), « l'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », Lavoisier, Revue française de gestion, N°185,2008, P 89.
- Laurice (A.L) et Renaud (R.C), « L'intention entrepreneuriale des femmes : le cas de l'Égypte », Revue internationale PME.,Volume 26, Numéro 1, 2013, p. 93–116.
- Nasroun (N) et Bellataf (M), « les déterminants de la création des PME, cas de Ouargla », Revue de l'université de Ouargla, 2014, P 8.
- Tornikoski (E) Kautonen (T) et Le Loarne (S), « le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale », revue française de gestion ; N 227, 2012, P 15.
- Tubbs (M) et Ekeberg (S): « The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting, theory and research. », In Revue Academy of Management Review, vol 16, N° 1, Janvier, 1991, P 180-199.

4. Colloques et conférences:

- Berziga (A) et Meziane (A), « la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs Algériens », colloque national sur : les stratégies d'organisation et d'accompagnement des pme en Algérie, université Kasdi Merbah Ouargla, faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion, s.d,p 2.
- Bayad (M), Boughattas (Y) et Schmitt (C),« Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences », 8 m congrès international en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006, P 5.
- Fayolle (A) et Verstraete (T), « quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en -entrepreneuriat », 7m congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, France, 27-29 Octobre, 2004, P 33-52.
- Gheryaani (T) et Boujelbène (Y), « Les Barrières à la Création ex-nihilo d'Entreprises par les nouveaux diplômés », International Journal of Economics and Strategic Management of Business Process 3rd International Conference on Innovation and Engineering Management, 2015, P 18.
- Gibb (A), «Towards the building of entrepreneurial models of support for small business », 11th National Small Firms Policy and Research Conference, Cardiff, novembre, 1988, P10.
- Grandclaude (D) Et Nobre (T) : « Caractéristiques du propriétaire-dirigeant de PME : entre l'être et le faire, où en sommes-nous », 22 ème Conférence Internationale de Management Stratégique, AIMS, 2013, P 4.
- Jaziri (R), « Vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », acte du colloque international sur « entrepreneuriat et entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis », Avril 2009, P10.
- Laviolette (E.M) et Loue (C), « Les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel », 8m congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Suisse, 2007, P 5.
- Mahmoudi (M), « L'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens », CIFEPME, 2014, P 2.
- Messeghem (K), « l'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », CIFEPME, 8e congrès international francophone en entrepreneuriat et pme, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006, P 7.

- Tremblay (M) et Gasse (Y), « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », 16ème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, Canada, 6-9 Juin 2007, P 6-7.
- Vincent (L), « Portées et limites des typologies entrepreneuriales classiques appliquées à l'agriculture », 7m Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, France, Octobre 2004, P 3-4.

5. Thèses et mémoires :

- Banata (M), « influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale: cas de l'Algérie », thèse de doctorat en sciences de gestion, université Abou Bekr Belkaïd, Tlemcen, 2015, P 100-102.
- Diop (P.M), « La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone », thèse de doctorat, Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'action, France, 2012, P 110-111.
- Firlas (M), « impacte des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes : Cas de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou », mémoire de Magistère en sciences de gestion, option management des entreprises, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, juin 2012, P 111.
- Kermiche (H.R), « l'influence des facteurs psychologiques sur l'intention entrepreneuriale des dirigeants des TPE pharmaceutiques Algériennes », thèse de magistère en sciences de gestion, option management et organisation de l'entreprise, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2003, P 40.
- Saleh (L), « L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban », thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Nancy 2, France, 2011, P 112.
- Siach (A.R), « contribution du profil entrepreneurial à la réussite de l'entreprise: cas des entrepreneurs de Ouargla », magistère en sciences de gestion, Université de Ouargla, 2003, P18.
- Tounes (A): « l'intention entrepreneuriale: une recherche coopérative entre les étudiants suivants des formations en entrepreneuriat, (bac +5) et des étudiant en DESS CAAE », thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, France, 2003, P 30.

- Wang (Y), « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse de doctorat en sciences génie industrielle, école centrale Lille, France, 2010, P 48.

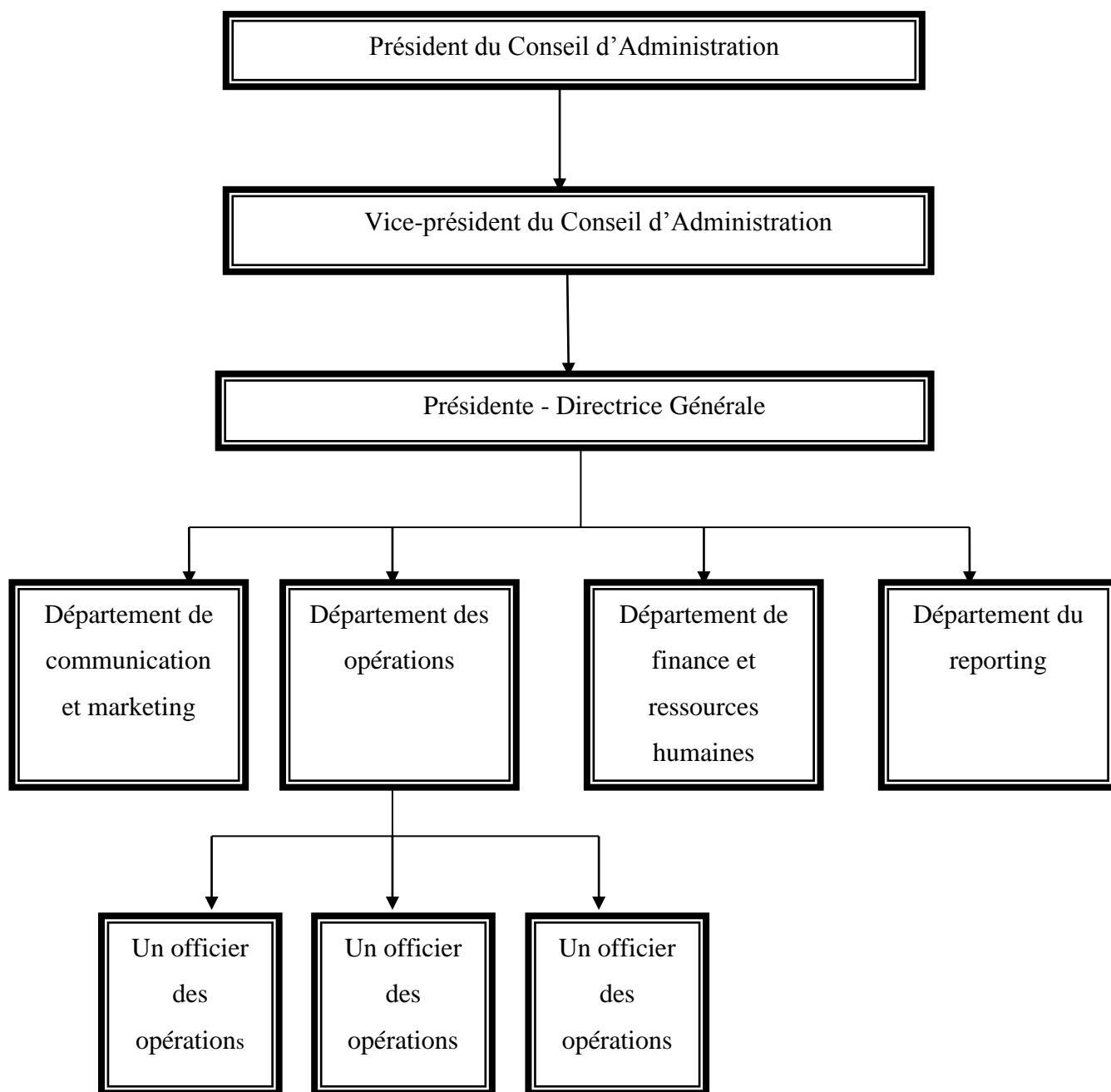
6. Documents internes :

- Brochure de présentation de l'entreprise, 2016, P1.
- Brochure de présentation du programme Company Program, P 3.
- Brochure de présentation du programme Entrepreneurial Master Classe, P2.
- Brochure de présentation du programme Job Shadow, P 2.
- Brochure de présentation du programme More Than Money, P 1.
- Brochure de présentation du programme Start Up, P 1.
- Brochure de présentation du programme Steer Your Career, P 1.
- Brochure de présentation de l'entreprise, 2016, P1.

7. Webographie :

- <http://www.okbob.net/article-le-site-officiel-de-la-cnac-algerie-caisse-nationale-d-assurance-chomage-115639202.html>
- <http://www.angem.dz/>
- <http://www.ansej.org.dz/>
- <http://www.mdipi.gov.dz/>
- <https://www.injaz-eldjazair.org/>
- www.gemconsortium.org

Annexe N °1 : l'organigramme d'INJAZ EL Djazair :



Source : établi par l'étudiante à l'aide du référent d'INJAZ EL Djazair.

Annexe N°2 : questionnaire sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ El Djazair

Questionnaire sur l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ EL Djazair :

Dans le cadre de l'élaboration de notre mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales et Financières de l'Ecole Supérieure de Commerce (ESC), nous vous prions de bien vouloir remplir ce questionnaire en vue d'étudier l'intention entrepreneuriale des participants aux programmes INJAZ El Djazair.

Le temps que vous allez prendre pour répondre à ce questionnaire ne va excéder les 10 minutes.

Nous vous remercions d'avance pour votre précieuse collaboration à la réalisation de notre étude.

Indications : il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses. Nous nous intéressons à ce que vous

1. L'intention entrepreneuriale :

1.1. Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?

- 1.1.1. Vous n'avez aucune intention
- 1.1.2. Vous ne savez pas
- 1.1.3. Vous avez l'intention

1.2. Votre intention, est ce qu'elle est :

- 1.2.1. Très faible
- 1.2.2. Faible
- 1.2.3. Moyenne
- 1.2.4. Forte
- 1.2.5. Très forte

1.3. Avez-vous une idée ou un projet pour lancer une entreprise ?

- 1.3.1. Oui ; 1.3.2. Non

1.4. Comment est né(e) cette idée ou ce projet?

- 1.4.1. Suite à une participation à un des programmes ou/et des compétitions d'entrepreneuriat et startup
- 1.4.2. La présence d'une opportunité d'affaire sur le marché (un besoin)
- 1.4.3. Suite aux études ou formations que vous avez suivies ou que vous suivez encore
- 1.4.4. Après une rencontre avec un / des entrepreneurs
- 1.4.5. Après une expérience professionnelle (un travail, un stage)

1.5. Quel est le délai de concrétisation de votre intention de création d'une entreprise ?

- 1.5.1. Pas encore décidé
- 1.5.2. Au cours de votre parcours universitaire
- 1.5.3. A la fin de votre parcours universitaire

- 1.5.4. Après quelques années
- 1.5.5. J'ai déjà créé une entreprise

1.6. Selon vous, est ce que la création d'entreprise constitue une voie professionnelle plus épanouissante que le salariat ?

- 1.6.1. Tout à fait d'accord
- 1.6.2. D'accord
- 1.6.3. Vous ne savez pas
- 1.6.4. Pas d'accord
- 1.6.5. Pas de tout d'accord

2. INJAZ EL Djazair :

2.1. Selon vous, est ce que INJAZ EL Djazair vous prépare suffisamment à la création de votre entreprise ?

- 2.1.1. Tout à fait d'accord
- 2.1.2. D'accord
- 2.1.3. Vous ne savez pas
- 2.1.4. Pas d'accord
- 2.1.5. Pas de tout d'accord

2.2. A votre avis quelle est sa contribution ?

- 2.2.1. De former à la création d'entreprise
- 2.2.2. D'accompagner à la création d'entreprise
- 2.2.3. D'informer sur la création d'entreprise

2.3. A votre avis, qu'est-ce qui manque au programme ?

- 2.3.1. Programme insuffisant
- 2.3.2. Absence de coaching et d'accompagnement
- 2.3.3. Manque d'exercice pratique

2.4. Avez- vous déjà pris connaissance des différentes démarches à suivre pour créer votre entreprise ?

- 2.4.1. Oui ; 2.4.2. Non

2.5. Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ?

- 2.5.1. Impact positif
- 2.5.2. Aucun impact
- 2.5.3. Impact négatif

3. Formation :

3.1. Université / Ecole :

3.2. Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire :

3.2.1. Oui ; 3.4.2. Non

3.3. Avez-vous suivi des cours d'entrepreneuriat hors l'université ?

3.3.1. Oui ; 3.4.2. Non

3.4. A votre avis, l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités et les écoles est :

3.4.1. Très important

3.4.2. Important

3.4.3. Peu important

3.4.4. Pas important

3.4.5. Pas du tout important

4. Le soutien de votre entourage :

4.1. Connaissez-vous des personnes de votre entourage qui ont déjà créé leur entreprise ?

	Parents	Frères et sœurs	Famille proche	Conjoint	Amis proches	Enseignant
4.1.1.Oui	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.1.2.Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.2. Est-ce que les membres de votre entourage sont-t-ils favorables à votre intention de créer votre entreprise ?

	Pas du tout favorable	Défavorable	Ni favorable ni défavorable	Favorable	Tout à fait favorable
4.2.1. Parents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2.2.Sœurs et frères	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2.3.Famille proche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2.4.Conjoint	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2.5.Amis proches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2.6.Enseignant(s)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Le financement :

5.1. Selon vous, il est difficile d'obtenir des fonds pour le lancement de votre projet ?

5.1.1. Tout à fait difficile

- 5.1.2. Plutôt difficile
- 5.1.3. Ni difficile ni facile
- 5.1.4. Pas difficile
- 5.1.5. Pas du tout difficile

5.2. Avez-vous déjà été informé(e) sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ?

- 5.2.1. Oui ; 5.2.2. Non

6. Les compétences professionnelles:

6.1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence :

	1	2	3	4	5
6.1.1. Détecter une opportunité d'affaire					
6.1.2. Sentir le marché, ses caractéristiques, son évolution					
6.1.3. Développer un business modèle efficace pour l'entreprise					
6.1.4. Identifier les risques, les anticiper					
6.1.5. Elaborer un business plan					
6.1.6. Développer une vision stratégique (être capable de déterminer les approches stratégiques les plus efficaces pour l'entreprise)					
6.1.7. Innover, faire preuve de vision entrepreneuriale, positionner l'entreprise par rapport aux concurrents en développant de nouveaux produits					
6.1.8. Attirer des investisseurs et des partenaires potentiels					
6.1.9. Déléguer les tâches et en favorisant la prise d'opinion des collaborateurs					
6.1.10. Motiver ses collaborateurs et mettre en place des structures incitatives					
6.1.11. Évaluer les compétences et la performance des collaborateurs					
6.1.12. Définir le contenu des postes de travail en termes d'activités et de compétences, les positionner dans l'organigramme de l'entreprise					
6.1.13. Donner une bonne image de l'entreprise					
6.1.14. Adapter les produits à la demande du client, « cibler », le bon produit pour le bon client					
6.1.15. Déployer un argumentaire de vente dans le but de convaincre un client					
6.1.16. Gérer la trésorerie					
6.1.17. Calculer les coûts, les prix de revient, la marge					

7. Les motivations :

1.7. Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles pour créer une entreprise?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Vous ne savez pas	D'accord	Tout à fait d'accord
1.7.1. Je prendrai de nouvelles responsabilités					
1.7.2. Je gagnerai plus d'argent					
1.7.3. J'évoluerai professionnellement					
1.7.4. Je serai autonome					
1.7.5. J'aspire à plus de liberté et de reconnaissance sociale					
1.7.6. J'aurai une satisfaction personnelle					
1.7.7. Construire un patrimoine pour ma famille					
1.7.8. J'aurai plus de flexibilité pour gérer mes horaires					
1.7.9. J'échapperai au chômage en créant mon propre emploi					
1.7.10. Je créerai des emplois					
1.7.11. Autre (merci de préciser)					

8. Fiche Signalétique :

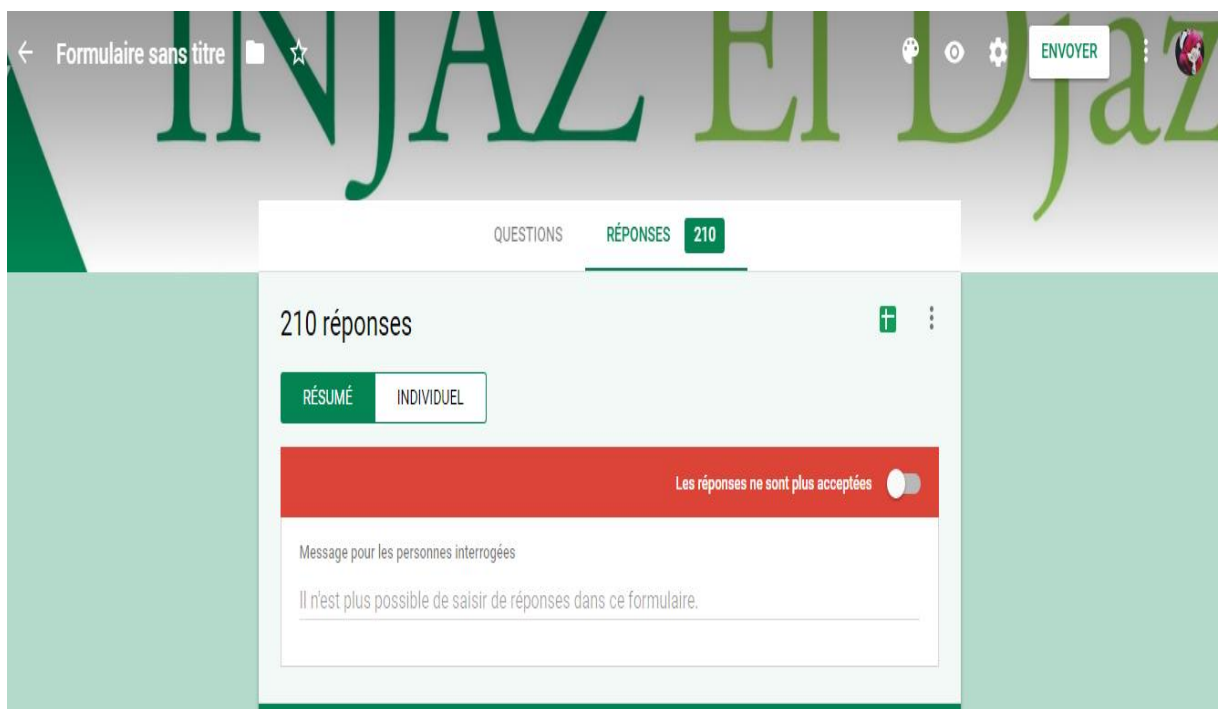
8.1. Nom (facultatif) :

8.2. Prénom (facultatif) :

8.3. Age :

8.4. Sexe : 8.4.1. F ; 8.4.2. H

Annexe N°3 : le nombre des réponses au questionnaire sur Google Form



Annexe N°4 : le contenu du mail envoyé aux Alumni

The screenshot shows a Yahoo! Mail interface. The email subject is "INJAZ EL Djazair Alumni | Questionnaire". The sender is Maroua BENTERKIA <benterkia.maroua@yahoo.fr> dated May 8 at 12h19 AM. The recipients include Imene0395@gmail.com, lassouaoui.nadia@gmail.com, karimlasti@gmail.com, khaled.silver556@hotmail.fr, aminasondra@gmail.com, and 74 others. The email body contains the following text:

Madame/Monsieur,

Je suis une étudiante à l'Ecole Supérieure de Commerce, je suis en entrain de préparer mon mémoire de fin d'études, dont le thème tourne autour de l'intention entrepreneuriale des participants au programme INJAZ EL Djazair.

En vue d'accomplir mon étude, je vous prie de bien vouloir remplir ce questionnaire en cliquant sur ce lien : <https://goo.gl/YzujG3>

Ce questionnaire ne va prendre que quelques minutes de votre temps, mais vos réponses me seront d'une aide précieuse.

Je vous remercie pour votre collaboration, je vous promets les résultats de cette recherche.

Cordialement,

Maroua BENTERKIA

On the right side of the email, there is a UNICEF logo and a photograph of a group of young girls in school uniforms, some wearing green headwraps, smiling and clapping.

Annexe N° 5 : analyse descriptive des variables démographiques

FREQUENCIES VARIABLES=sexe Age
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Statistiques

		sexe	age
N	Valide	206	206
	Manquant	0	0

Table de fréquences

Sexe

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Femme	94	45,6	45,6	45,6
	Homme	112	54,4	54,4	100,0
Total		206	100,0		

Age

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	[18-20[3	1,6	1,6	1,6
	[20-22[19	9,2	9,2	10,8
	[22-24[79	38,3	38,3	49,1
	[24-26[87	42,2	42,2	91,3
	26 et pl	18	8,7	8,7	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Annexe N° 6 : analyse descriptive de l'intention entrepreneuriale

FREQUENCIES VARIABLES=intent_Q1 intent_Q3 intent_Q4 intent_Q5
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Statistiques					
		Avez-vous une idée ou un projet pour lancer une entreprise ?		Quel est le délai de concrétisation de votre intention de création d'une entreprise ?	
		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?	Avez-vous une idée ou un projet pour lancer une entreprise ?	Comment est né(e) cette idée ou ce projet ?	
N	Valide	206	206	161	161
	Manquant	0	0	45	45

Table de fréquences

Avez-vous l'intention de créer une entreprise?					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Vous n'avez aucune intention	9	4,4	4,4	4,4
	Vous avez l'intention	153	74,3	74,3	78,7
	Vous ne savez pas	44	21,3	21,3	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Avez-vous une idée ou un projet pour lancer une entreprise ?					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	45	21,8	21,8	21,8
	Oui	161	78,2	78,2	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Comment est né(e) cette idée ou ce projet ?					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	entrepri	14	8,7	8,7	8,7
	expérie	28	17,4	17,4	26,1
	formatio	33	20,5	20,5	46,6
	opportun	40	24,8	24,8	71,4
	prog_com	46	28,6	28,6	100,0
	Total	161	100,0	100,0	

Quel est le délai de concrétisation de votre intention de création d'une entreprise ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Vous n'avez pas encore décidé	50	24,3	31,1	31,1
	Au cours de votre parcours universitaire	11	5,3	6,8	37,9
	A la fin de votre parcours universitaire	28	13,6	17,4	55,3
	Après quelques années	63	30,6	39,1	94,4
	Vous avez déjà lancé votre entreprise	9	4,0	5,6	100,0
	Total	161	77,8	100,0	
Manquant	Système	45	22,2		
Total		206	100,0		

Annexe N° 7 : analyse descriptive d'INJAZ EL Djazair

FREQUENCIES VARIABLES=INJAZ_Q2 INJAZ_Q3 INJAZ_Q5 INJAZ_Q4
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

		Statistiques			
		4. à votre avis quelle est sa contribution	5. à votre avis, qu'est ce qui manque au programme	7. Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ?	6. Avez-vous déjà pris connaissance des différentes démarches à suivre pour créer votre entreprise ?
N	Valide	206	206	206	206
	Manquant	0	0	0	0

Table de fréquences

		à votre avis quelle est sa contribution			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	accompag	41	19,9	19,9	19,9
	former	60	29,1	29,1	49,0
	informer	105	51,0	51,0	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

à votre avis, qu'est ce qui manque au programme

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	AbCoachi	59	28,6	28,6	28,6
	MqExerci	87	42,3	42,3	70,9
	progInsu	60	29,1	29,1	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Avez-vous déjà pris connaissance des différentes démarches à suivre pour créer votre entreprise ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	non	60	29,1	29,6	29,6
	oui	146	70,9	70,4	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	impact négatif	6	2,9	2,9	2,9
	aucun impact	41	19,9	19,9	22,8
	impact positif	159	77,2	77,2	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Annexe N°8 : analyse descriptive du modèle d'entrepreneur

```
FREQUENCIES VARIABLES=entoug  
/FORMAT=NOTABLE  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Fréquences

Statistiques		
connaissiez-vous des personnes de votre entourage familial qui ont déjà créé leur entreprise ? [Oui]		
N	Valide	206
	Manquant	0

Table de fréquences

Connaissiez-vous des personnes de votre entourage familial qui ont déjà créé leur entreprise ? [Oui]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Amis	53	25,7	25,7	25,7
	Conjoint	6	2,9	2,9	28,6
	Enseigna	41	19,9	19,9	48,5
	Famille	58	28,2	28,2	76,7
	Frères	16	7,8	7,8	84,5
	Parents	32	15,5	15,5	100,0
	Total		206	100,0	100,0

Annexe N°09 : analyse descriptive du soutien de l'entourage

FREQUENCIES VARIABLES=entour_Q11 entour_Q12 entour_Q13 entour_Q14
entour_Q15 entour_Q16
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

		Statistiques					
		2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [Parents]	2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [Frères et sœurs]	2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [famille proche]	2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [conjoint]	2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [amis proches]	2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [enseignants]
N	Valide	206	206	206	206	206	206
	Manquant	0	0	0	0	0	0

Fréquences

2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [Parents]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout favorable	18	8,7	8,7	8,7
	défavorable	19	9,2	9,2	18,0
	Ni favorable ni défavorable	0	0	0	18,0
	favorable	88	42,7	42,7	60,7
	tout a fait favorable	81	39,3	39,3	100,0
Total		206	100,0	100,0	

2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [Frères et sœurs]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout favorable	12	5,8	5,8	5,8
	défavorable	17	8,3	8,3	14,1
	Ni favorable ni défavorable	0	0	0	14,1
	Favorable	95	46,1	46,1	60,2
	tout a fait favorable	82	39,8	39,8	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [famille proche]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout favorable	28	13,6	13,6	13,6
	défavorable	26	12,6	12,6	26,2
	Ni favorable ni défavorable	0	0	0	26,2
	favorable	92	44,7	44,7	70,9
	tout a fait favorable	60	29,1	29,1	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [conjoint]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout favorable	21	10,2	10,2	10,2
	défavorable	36	17,5	17,5	27,7
	Ni favorable ni défavorable	0	0	0	27,7
	Favorable	104	50,5	50,5	78,2
	tout a fait favorable	45	21,8	21,8	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [amis proches]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout favorable	12	5,8	5,8	5,8
	Défavorable	15	7,3	7,3	13,1
	Ni favorable ni défavorable	0	0	0	13,1
	Favorable	94	45,6	45,6	58,7
	tout a fait favorable	85	41,3	41,3	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

2. Est-ce que les membres de votre entourage sont favorables à votre intention de créer votre entreprise ? [enseignants]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout favorable	18	8,7	8,7	8,7
	Défavorable	22	10,7	10,7	19,4
	Ni favorable ni défavorable	0	0	0	19,4
	Favorable	85	41,3	41,3	60,7
	tout a fait favorable	81	39,3	39,3	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Annexe N°10 : analyse descriptive de la formation

```
FREQUENCIES VARIABLES=enseig_Q1 enseig_Q2
/FORMAT=NOTABLE
/ORDER=ANALYSIS.
```

Fréquences

		Statistiques	
		Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ?	Avez-vous suivi des cours d'entrepreneuriat hors l'université ?
N	Valide	206	206
	Manquant	0	0

Table de fréquences

Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	74	35,9	35,9	35,9
	Oui	132	64,1	64,1	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Avez-vous suivi des cours d'entrepreneuriat hors l'université ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	128	56,4	62,1	62,1
	Oui	78	34,4	37,9	100,0
	Total	206	90,7	100,0	

Annexe N°11 : analyse descriptive du financement

```
FREQUENCIES VARIABLES=financ_Q2  
/FORMAT=NOTABLE  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Fréquences

Statistiques

2. Avez-vous déjà été informé(e) sur
les dispositifs d'aide à la création
d'entreprise ?

N	Valide	206
	Manquant	21

Table de fréquences

Avez-vous déjà été informé(e) sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ?

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	non	89	43,2	43,2	43,2
	oui	117	56,8	56,8	100,0
	Total	206	90,7	100,0	

Annexe N°12 : analyse descriptive des motivations

```
FREQUENCIES VARIABLES=intent_Q81 intent_Q82 intent_Q83 intent_Q84
intent_Q85 intent_Q86 intent_Q87 intent_Q88 intent_Q89 intent_Q810
intent_Q811
/ORDER=ANALYSIS.
```

Fréquences

		Statistiques					
		8.1.Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [Je prendrai de nouvelles responsabilités]	8.2 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [Je gagnerai plus d'argent]	8.3 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [J'évoluerai professionnellement]	8.4Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? je serai autonome	8.5Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'aspire a plus de liberté et de renaissance sociale	8.6Dan mesu affirm suivan motivera (elles motivé) une en j'aur satis perso
N	Valide	206	206	206	206	206	
	Manquant	0	0	0	0	0	

Table de fréquences

8.1.Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [Je prendrai de nouvelles responsabilités]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
valide	pas du tout d'accord	13	6,3	6,3	6,8
	pas d'accord	32	15,5	15,5	21,8
	Vous ne savez pas	0	0	0	21,8
	d'accord	88	42,7	42,7	64,5
	tout a fait d'accord	73	35,4	35,4	100,0
	Total	206	90,7	100,0	

8.2 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [Je gagnerai plus d'argent]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	17	8,3	8,3	8,3
	pas d'accord	27	13,1	13,1	21,4
	Vous ne savez pas	0	0	0	21,4
	d'accord	86	41,7	41,7	63,1
	tout a fait d'accord	76	36,9	36,9	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.3 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [J'évoluerai professionnellement]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	11	5,3	5,3	5,3
	pas d'accord	17	8,3	8,3	13,6
	Vous ne savez pas	0	0	0	13,6
	d'accord	65	31,6	31,6	45,1
	tout a fait d'accord	113	54,9	54,9	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.4 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? je serai autonome

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	11	5,3	5,3	5,3
	pas d'accord	29	14,1	14,1	19,4
	Vous ne savez pas	0	0	0	19,4
	d'accord	47	22,8	22,8	42,2
	tout a fait d'accord	119	57,8	57,8	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.5 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'aspire a plus de liberté et de renaissance sociale

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	17	8,3	8,3	8,3
	pas d'accord	46	22,3	22,3	30,6
	Vous ne savez pas	0	0	0	30,6
	d'accord	73	35,4	35,4	66,0
	tout a fait d'accord	70	34,0	34,0	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.6 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'aurai une satisfaction personnelle

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	9	4,4	4,4	4,4
	pas d'accord	25	12,1	12,1	16,5
	Vous ne savez pas	0	0	0	16,5
	d'accord	47	22,8	22,8	39,3
	tout a fait d'accord	125	60,7	60,7	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.7 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? construire u patrimoine pour ma famille

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	19	9,2	9,2	9,2
	pas d'accord	45	21,8	21,8	31,1
	Vous ne savez pas	0	0	0	31,1
	d'accord	77	37,4	37,4	68,4
	tout a fait d'accord	65	31,6	31,6	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.7 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? construire u patrimoine pour ma famille

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	19	9,2	9,2	9,2
	pas d'accord	45	21,8	21,8	31,1
	Vous ne savez pas	0	0	0	31,1
	d'accord	77	37,4	37,4	68,4
	tout a fait d'accord	65	31,6	31,6	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.8 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'aurai plus de flexibilité pour gérer mes horaires

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	23	11,2	11,2	11,2
	pas d'accord	57	27,7	27,7	38,8
	Vous ne savez pas	0	0	0	38,8
	d'accord	66	32,0	32,0	70,9
	tout a fait d'accord	60	29,1	29,1	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.9 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'échapperai au chômage en créant mon propre emploi

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	26	12,6	12,6	12,6
	pas d'accord	56	27,2	27,2	39,8
	Vous ne savez pas	0	0	0	39,8
	d'accord	62	30,1	30,1	69,9
	tout a fait d'accord	62	30,1	30,1	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

8.10 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? je créerai des emplois

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	pas du tout d'accord	11	5,3	5,3	5,3
	pas d'accord	21	10,2	10,2	15,5
	Vous ne savez pas	0	0	0	15,5
	d'accord	75	36,4	36,4	51,9
	tout a fait d'accord	99	48,1	48,1	100,0
	Total	206	100,0	100,0	

Annexe N°13 : tri croisé « âge - intention entrepreneuriale »

```
CROSSTABS
  /TABLES=Age BY intent_Q1
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
```

Tableaux croisés

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
age * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%

Tableau croisé age * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

Effectif

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
age	[18-20[0	3	0	3
	[20-22[2	11	6	19
	[22-24[2	62	15	79
	[24-26[3	67	17	87
	26 et pl	2	12	4	18
Total		9	155	42	206

Annexe N°14 : tri croisé « sexe- intention entrepreneuriale»

```
CROSSTABS
  /TABLES=sexe BY intent_Q1
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
```

Tableaux croisés

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
sexe * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%

Tableau croisé sexe * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

Effectif

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
sexe	Femme	4	69	21	94
	Homme	5	86	21	112
Total		9	155	42	206

Annexe N°15 : tri croisé « INJAZ El Djazair – intention entrepreneuriale »

```

CROSSTABS
  /TABLES=INJAZ_Q5 BY intent_Q1
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
    
```

Tableaux croisés

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ? * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%

Tableau croisé Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ? * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

Effectif

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Quel était l'impact du programme INJAZ EL Djazair sur votre intention de créer une entreprise ?	impact négatif	0	4	2	6
	aucun impact	0	30	10	40
	impact positif	9	121	30	160
Total		9	155	42	206

Annexe N° 16 : tri croisé « soutien de l'entourage – intention entrepreneuriale »

```
CROSSTABS
  /TABLES=entoug BY intent_Q1
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
```

Tableaux croisés

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
Connaissez-vous des personnes de votre entourage familial qui ont déjà créé leur entreprise ? [Oui] * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%

Tableau croisé 1. Connaissez-vous des personnes de votre entourage familial qui ont déjà créé leur entreprise ? [Oui] * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

Effectif

	Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
	Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
1. Connaissez-vous des Amis pro	4	37	12	53
personnes de votre Conjoint	0	6	0	6
entourage familial qui ont Enseigna	0	34	7	41
déjà créé leur entreprise ? Famille	0	45	13	58
[Oui] Frères	1	11	4	16
Parents	4	22	6	32
Total	9	155	42	206

Annexe N° 17: tri croisé « formation – intention entrepreneuriale »

```

CROSSTABS
  /TABLES=enseig_Q1 BY intent_Q1
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
    
```

Tableaux croisés

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ? * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%

Tableau croisé Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ? * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

Effectif

	Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
	Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise dans votre cursus universitaire ?	Non 3	49	22	74
	Oui 6	106	20	132
Total	9	155	42	206

Annexe N° 18: tri croisé « financement- intention entrepreneuriale »

```

CROSSTABS
  /TABLES=financ_Q1 BY intent_Q1
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
    
```

Tableaux croisés

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
Selon vous, est-il difficile d'obtenir des fonds pour le lancement de votre projet ? *	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%
Avez-vous l'intention de créer une entreprise?						

Tableau croisé Selon vous, est-il difficile d'obtenir des fonds pour le lancement de votre projet ? * Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

Effectif

		Avez-vous l'intention de créer une entreprise?			Total
		Vous n'avez aucune intention	Vous avez l'intention	Vous ne savez pas	
Selon vous, est-il difficile d'obtenir des fonds pour le lancement de votre projet ?	Tout à fait difficile	3	58	15	76
	plutôt difficile	5	82	23	110
	Ni difficile ni facile	0	0	0	0
	pas difficile	1	14	2	17
	pas du tout difficile	0	1	2	3
Total		9	155	42	206

Annexe N°19: test de fiabilité

RELIABILITY

```

/VARIABLES=intent_Q81 intent_Q82 intent_Q83 intent_Q84 enseig_Q3
enseig_Q6 intent_Q2 intent_Q7 intent_Q85 intent_Q86 intent_Q87 intent_Q88
intent_Q89 intent_Q810 intent_Q811 compt_Q11 compt_Q12 compt_Q13 compt_Q14
compt_Q15 compt_Q16 compt_Q17 compt_Q18 compt_Q19 compt_Q110 compt_Q111
compt_Q112 compt_Q113 compt_Q114 compt_Q115 compt_Q116 compt_Q117
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	133	58,6
	Exclue ^a	94	41,4
	Total	227	100,0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,907	32

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
8.1. Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [Je prendrai de nouvelles responsabilités]	116,82	386,013	,356	,906
8.2 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [Je gagnerai plus d'argent]	116,78	382,960	,410	,905

8.3 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? [J'évoluerai professionnellement]	116,41	386,275	,422	,905
8.4 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? je serai autonome	116,44	380,037	,515	,903
A votre avis, l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités et les écoles est :	116,13	401,264	,105	,908
Si oui, quelle en a été l'impact sur votre désir de créer une entreprise ?	117,12	400,076	,050	,910
Votre intention, est ce qu'elle est :	117,39	404,725	-,049	,909
7. Selon vous, est ce que la création d'entreprise constitue une voie professionnelle plus épanouissante que le	116,32	398,112	,164	,907
8.5 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise?	116,93	382,761	,393	,905
j'aspire a plus de liberté et de renaissance sociale				
8.6 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'aurai une satisfaction personnelle	116,41	383,123	,441	,904

8.7 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? construire u patrimoine pour ma famille	117,03	384,878	,324	,906
8.8 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'aurai plus de flexibilité pour gérer mes horaire	117,18	383,982	,330	,906
8.9 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? j'échapperai au chômage en créant mon propre emploi	117,38	384,420	,305	,907
8.10 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? je créerai des emplois	116,50	380,873	,523	,903
8.11 Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles (elles vous ont motivé) pour créer une entreprise? autre	118,26	390,980	,152	,911
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Détecter une opportunité d'affaire]	117,32	367,251	,669	,900
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Sentir le marché, ses caractéristiques, son évolution]	117,50	372,555	,593	,902

1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Développer un business modèle efficace pour l'entreprise]	117,26	363,665	,686	,900
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Identifier les risques, les anticiper]	117,20	371,734	,601	,902
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Elaborer un business plan]	117,17	369,977	,626	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Développer une vision stratégique (être capable de déterminer les approches stratégiques les plus	117,12	372,849	,573	,902
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Innover, faire preuve de vision entrepreneuriale, positionner l'entreprise par rapport aux concurrents en développant de nouveaux produits]	116,94	371,193	,623	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Attirer des investisseurs et des partenaires potentiels]	117,29	374,224	,550	,902
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Déléguer les tâches et en favorisant la prise d'opinion des collaborateurs]	116,92	377,994	,513	,903
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Motiver ses collaborateurs et mettre en place des structures incitatives]	116,80	373,087	,626	,901

1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Evaluer les compétences et la performance des collaborateurs]	116,84	372,695	,667	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Définir le contenu des postes de travail en termes d'activités et de compétences, les positionner dans l'organigramme de l'entreprise]	117,05	372,892	,617	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Donner une bonne image de l'entreprise]	116,59	373,925	,629	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Adapter les produits à la demande du client, « cibler », le bon produit pour le bon client]	116,74	371,116	,660	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Déployer un argumentaire de vente dans le but de convaincre un client]	116,95	369,459	,645	,901
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Gérer la trésorerie]	117,35	379,715	,419	,905
1. Indiquez à quel point vous pensez posséder cette compétence : [Calculer les coûts, les prix de revient, la marge]	117,14	379,942	,398	,905

Annexe N° 20 : régression simple

GET

```
FILE='E:\maroua ecole superieur\maroua spss.sav'.
DATASET NAME $Ensemble_de_données WINDOW=FRONT.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER INJAZ_Q1.
```

Régression

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	INJAZ_Q1 ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : INTENT

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,252 ^a	,064	,058	,59354

a. Valeurs prédites : (constantes), INJAZ_Q1

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	3,765	1	3,765	10,687	,001 ^b
	Résidu	55,310	157	,352		
	Total	59,075	158			

a. Variable dépendante : INTENT

b. Valeurs prédites : (constantes), INJAZ_Q1

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,933	,182		16,136	,000
	INJAZ_Q1	,143	,044	,252	3,269	,001

a. Variable dépendante : INTENT

Annexe N°21: régression multiple

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X2 X3 X5 financ_Q1.
```

Régression

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	Motiv_Q1 Souti_Q2 Comp_Q1 Financ_Q1 ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : INTENT

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,564 ^a	,318	,300	,51154

a. Valeurs prédites : (constantes), Motiv_Q1, Souti_Q2, Comp_Q1, Financ_Q1

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	18,777	4	4,694	17,939	,000 ^b
	Résidu	40,298	154	,262		
	Total	59,075	158			

a. Variable dépendante : INTENT

b. Valeurs prédites : (constantes), Motiv_Q1, Souti_Q2, Comp_Q1, Financ_Q1

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,977	,312		3,133	,002
Motiv_Q1	,145	,084	,150	1,725	,087
Souti_Q2	,150	,073	,181	2,052	,042
Comp_Q1	,296	,118	,233	2,509	,013
Financ_Q1	,083	,038	,162	2,197	,029

a. Variable dépendante : INTENT