L'intention Entrepreneuriale En Milieu Universitaire Entre Motivations Et Obstacles

Entrepreneurial Intention In The University Environment Between Motivations And Obstacles

Nacera NASROUN
Laboratoire RMTQ
Université de Bejaia, Algérie
nacera.nasroun@univ-bejaia.dz

Ammar KIROUANE
Laboratoire RMTQ
Université de Bejaia, Algérie
ammar.kirouane@univ-bejaia.dz

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

Received: 04/04/2026 *Accepted*: 25/05/2026 *Published*: 05/06/2026

Résumé :
Dans un contexte économique instable où l'entrepreneuriat constitue une alternative importante pour l'insertion des jeunes diplômés, l'Université de Bejaia joue un rôle central dans la promotion de la culture entrepreneuriale à travers ses formations et ses structures d'accompagnement. Cette étude visait à identifier les motivations qui encouragent les étudiants à entreprendre ainsi que les obstacles qui freinent cette intention. Les résultats indiquent que l'intention entrepreneuriale des étudiants dépend de leurs motivations, de leurs compétences, de la formation reçue et de l'environnement institutionnel, tandis que les contraintes financières, administratives et celles liées au marché constituent des freins. L'étude met en évidence l'importance d'une approche intégrée : renforcer les motivations et les compétences, améliorer les infrastructures de soutien et réduire les obstacles pour favoriser l'esprit entrepreneurial.
***Mots Clés* :** Intention entrepreneuriale, motivations, obstacles, étudiants, Université de Bejaia.

Abstract :
In an unstable economic context, where entrepreneurship represents an important alternative for the integration of young graduates, the University of Bejaia plays a central role in promoting an entrepreneurial culture through its training programs and support structures. This study aimed to identify the motivations that encourage students to engage in entrepreneurship, as well as the obstacles that hinder this intention.
The results indicate that students' entrepreneurial intention depends on their motivations, skills, training received, and institutional environment, while financial, administrative, and market-related constraints act as barriers. The study highlights the importance of an integrated approach: strengthening motivations and skills, improving support infrastructures, and reducing obstacles to foster the entrepreneurial spirit.
***Key Words*:** Entrepreneurial intention, motivations, obstacles, students, University of Bejaia

JEL Classification : L26, I23, M13

* Auteur correspondant : NASROUN Nacera (*nacera.nasroun@univ-bejaia.dz*).

Introduction

Dans un contexte économique marqué par l'instabilité, la transformation des métiers et la montée du chômage des jeunes diplômés, l'entrepreneuriat s'affirme comme un levier stratégique de croissance, d'innovation et d'insertion professionnelle. Il ne se limite plus à une simple activité économique, mais devient un véritable état d'esprit, traduisant la capacité à identifier des opportunités, à générer des idées novatrices et à créer de la valeur dans un environnement en mutation. Aujourd'hui, les pouvoirs publics, les institutions d'enseignement supérieur et les acteurs économiques s'accordent sur la nécessité de stimuler la culture entrepreneuriale chez les jeunes, en particulier dans les milieux universitaires, où se forment les futurs acteurs du développement.

L'université, traditionnellement perçue comme un lieu de transmission de connaissances théoriques, tend désormais à élargir sa mission vers la formation de compétences pratiques et comportementales favorisant l'initiative, la créativité et l'autonomie. Cette évolution s'accompagne de la mise en place des formations en entrepreneuriat et des structures d'interfaces notamment les Centres de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) et les incubateurs universitaires, destinées à renforcer les capacités entrepreneuriales des étudiants et à les préparer à envisager la création d'entreprise comme une option professionnelle viable. Cependant, malgré un intérêt croissant pour l'entrepreneuriat, le passage de cette aspiration à une intention réelle de création demeure encore limité, révélant la persistance de divers obstacles qui freinent l'engagement entrepreneurial des étudiants.

L'intention entrepreneuriale constitue la première étape du processus entrepreneurial (Meziane & Bouksani , 2018). Elle est définie comme la volonté consciente et réfléchie d'un individu de créer une entreprise dans l'avenir (Ajzen, 1991; Shapero & Sokol, 1982). Elle constitue un indicateur clé pour comprendre les comportements entrepreneuriaux, puisqu'elle précède et oriente la décision de passage à l'acte. Plusieurs travaux ont montré que cette intention est influencée par un ensemble de facteurs personnels, sociaux, contextuels et institutionnels, qui peuvent agir comme des moteurs ou au contraire comme des freins à la dynamique entrepreneuriale (Tounés , 2003; Mahmoudi, 2019; Adjout , 2023).

Dans le milieu universitaire, l'intention entrepreneuriale des étudiants se façonne à travers une interaction entre les motivations qui la stimulent et les obstacles qui la freinent. Dès lors, la problématique centrale de cette étude est : quelles sont les motivations et les freins à l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Bejaia ?

L'originalité de cette étude réside dans l'analyse conjointe des motivations, des freins perçus et des facteurs contextuels influençant l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires. Elle s'inscrit dans le cadre spécifique de l'Université de Bejaia, située dans une région au tissu économique particulièrement dynamique, marqué notamment par les secteurs industriel, agroalimentaire et des services. Ce positionnement territorial permet d'examiner les aspirations entrepreneuriales des étudiants dans un contexte local encore relativement peu exploré par les recherches

sur l'intention entrepreneuriale en Algérie. Par ailleurs, l'étude accorde une attention particulière au rôle des dispositifs d'accompagnement entrepreneurial, tels que le Centre de Développement de l'Entrepreneuriat (CDE) et les incubateurs universitaires, dans la stimulation des intentions entrepreneuriales des étudiants.

Cet article se propose d'examiner les motivations qui nourrissent l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires, ainsi que les obstacles qui freinent son développement. L'objectif est de mieux comprendre les déterminants de cette intention dans le contexte académique afin d'identifier des leviers permettant de stimuler l'esprit entrepreneurial des étudiants.

I. Le cadre conceptuel de l'intention entrepreneuriale

L'intention, au sens épistémologique, renvoie à la volonté d'atteindre un objectif spécifique et se distingue par son orientation vers l'action, en combinant les moyens nécessaires pour réaliser un projet (Tounés, 2006; Moreau & Raveleau, 2006). Elle constitue un lien stratégique entre la logique mentale et la logique d'action (Emin , 2003), transformant une vision en but et mobilisant la motivation individuelle, sauf lorsqu'elle est entravée par des facteurs externes (Moreau & Raveleau, 2006).

En psychologie sociale, l'intention est analysée comme une étape intermédiaire entre les attitudes et l'adoption d'un comportement, jouant un rôle prédictif dans le passage à l'action (Fishbein & Ajzen, 1975; Krueger & Carsrud, 1993). Elle traduit la volonté consciente d'un individu de réaliser un comportement spécifique et l'effort qu'il est prêt à fournir pour y parvenir, reflétant ainsi sa motivation et son engagement envers l'action envisagée (Ajzen, 1991).

Dans le domaine entrepreneurial, elle est conceptualisée comme un état d'esprit orientant l'attention, l'expérience et le comportement d'un individu vers la création d'une entreprise ou la génération de valeur dans une organisation existante (Bird, 1988). Elle se manifeste comme une représentation mentale guidant la volonté personnelle vers un but entrepreneurial (Adjout , 2023) et constitue une force motrice du processus entrepreneurial (Delle & Monipaak Amadu, 2015), permettant de comprendre le comportement entrepreneurial même lorsque la création d'entreprise ne se concrétise pas (Krueger & Carsrud, 1993).

L'intention entrepreneuriale résulte à la fois de facteurs personnels tels que la volonté, le désir et la motivation (Bird, 1988; Delle & Monipaak Amadu, 2015), et de facteurs contextuels et environnementaux, incluant les perceptions de faisabilité et de désirabilité ainsi que les influences socioculturelles et économiques (Tounés , 2003; Mahmoudi, 2019; Adjout , 2023).

II. Les motivations et les obstacles de l'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale se construit à partir de la dynamique entre les motivations qui la stimulent et les obstacles qui peuvent freiner sa concrétisation. La motivation entrepreneuriale se définit comme une attitude spécifique résultant de l'interaction entre la perception que l'individu a de lui-même et ses besoins d'accomplissement, d'autonomie, de créativité, de contrôle et de prise de risque (Cromie, 2000). Selon Weber (1964), elle s'enracine dans le système de valeurs personnel qui structure les attitudes et oriente les comportements. Ainsi, l'attitude entrepreneuriale se construit à partir de la perception cognitive et motivationnelle des résultats possibles de l'acte entrepreneurial.

Les motivations entrepreneuriales représentent à la fois des forces internes et externes qui incitent à entreprendre. Elles peuvent être intrinsèques, lorsqu'elles relèvent de la recherche d'autonomie, de la réalisation de soi, de l'expression de la créativité, du goût du défi ou de l'optimisme entrepreneuriale, ou extrinsèques, lorsqu'elles sont liées à des facteurs sociaux et économiques tels que la quête de reconnaissance, de statut ou de revenus. La perception de l'échec peut également jouer un rôle motivant lorsqu'elle est perçue comme une opportunité d'apprentissage et un défi à relever. Ces motivations créent un engagement psychologique qui pousse l'individu à transformer une idée en projet concret.

Placée en amont de la logique entrepreneuriale, la motivation joue un rôle déterminant dans la formation et le développement de l'intention d'entreprendre, en stimulant le passage de l'idée à l'action (Estay et al., 2011 ; Fayolle et al., 2014). Elle constitue un facteur stimulant de l'intention, influençant directement la propension des individus à envisager la création d'entreprise (Alam et al., 2019 ; Kim & Park, 2019).

De plus, d'autres éléments liés au parcours universitaire jouent un rôle déterminant dans le développement de l'intention entrepreneuriale. La formation universitaire, quelle que soit la spécialité, fournit aux étudiants des connaissances théoriques et méthodologiques, développe leur esprit critique et leur capacité à concevoir et mettre en œuvre une idée. L'étude réalisée par Adjout & Boumoula (2020) montre que, quel que soit le genre des étudiants, ceux-ci considèrent que la formation universitaire favorise la construction de leur projet entrepreneurial. L'expérience pratique, acquise à travers les stages, les projets appliqués ou les activités académiques, permet de mobiliser ces connaissances dans des situations concrètes et de renforcer la confiance en soi. Elafqih et Messaoudi (2021) confirment que les expériences professionnelles (travail, stages, vie associative) contribuent également à orienter les étudiants vers l'entrepreneuriat.

Le développement des compétences constitue également un levier essentiel : les compétences générales incluent les compétences managériales, administratives, commerciales, comptables et financières, ainsi que les compétences entrepreneuriales, tandis que les compétences spécifiques permettent de générer des idées innovantes et d'identifier des opportunités d'affaires. Selon Aduana (2016), les compétences résultent de l'ensemble des connaissances, de la pratique, de l'expérience et des aptitudes personnelles. L'auteur souligne leur rôle déterminant

dans la réussite d'un projet entrepreneurial et note que leur absence peut conduire à l'échec. En outre, Tuo et Brou (2022) montrent que les compétences acquises par les étudiants influencent positivement leur intention d'entreprendre, notamment à travers le renforcement de leur perception du contrôle comportemental. L'ensemble de ces dimensions complète les motivations personnelles et contribue à la formation des intentions entrepreneuriales.

Au-delà des caractéristiques individuelles et du parcours universitaire, les facteurs contextuels jouent également un rôle déterminant dans la construction de l'intention entrepreneuriale. Les normes sociales, à travers les attentes de l'entourage, la valorisation sociale de l'entrepreneuriat et la perception du soutien familial ou institutionnel, influencent directement la manière dont les étudiants évaluent la désirabilité de créer une entreprise. Selon Girandola & al. (2019), les normes sociales constituent un déterminant majeur du comportement humain. L'accès à l'information et la disponibilité des structures d'interface et d'accompagnement, telles que les CDE, les incubateurs ou les dispositifs d'aide à la création d'entreprise, renforcent la perception de faisabilité du projet en offrant un encadrement, des conseils, des formations et une orientation adaptée. La disponibilité du financement, qu'il s'agisse de dispositifs publics ou de structures bancaires, constitue également un levier essentiel pour réduire l'incertitude et faciliter l'engagement entrepreneurial.

Dans le même sens, les politiques gouvernementales représentent un autre élément structurant de l'environnement entrepreneurial : la perception d'un cadre fiscal favorable, de mesures publiques encourageant la création d'entreprise ou encore d'un environnement des affaires propice peut renforcer la confiance des étudiants et consolider leur intention de se lancer dans un projet entrepreneurial. Ensemble, ces facteurs renforcent l'écosystème entrepreneurial et contribuent à structurer l'intention d'entreprendre chez les étudiants.

En parallèle, les intentions entrepreneuriales sont souvent freinées par des obstacles perçus, qu'ils soient personnels, comme le manque de confiance en soi, la peur de l'échec et le déficit de compétences, ou contextuels tels que les difficultés d'accès au financement, la complexité administrative, la bureaucratie, l'incertitude économique et le manque de soutien social ou institutionnel (Tounés, 2003 ; Mahmoudi, 2019 ; Adjout, 2023).

Selon Ajzen (2005), un environnement perçu comme favorable renforce le contrôle perçu sur l'intention, tandis qu'un cadre jugé hostile la limite. Ben Taher Gheryaani et Boujelbène (2015) soulignent que la faisabilité d'un projet dépend de la capacité à surmonter ces obstacles. L'étude de Lüthje et Franke (2003) auprès d'étudiants de l'école d'ingénierie du Massachusetts Institute of Technology montre que le soutien à l'entrepreneuriat et la perception des conditions externes influencent directement l'intention : plus elles sont favorables, plus l'intention est forte, et inversement. Ces freins peuvent retarder ou empêcher le passage à l'action, même lorsque la motivation entrepreneuriale est élevée, mettant en évidence le rôle crucial de l'environnement dans la concrétisation des projets.

La compréhension de ces motivations et obstacles est essentielle pour analyser l'intention entrepreneuriale et identifier les leviers permettant de renforcer la dynamique entrepreneuriale. Elle permet également de concevoir des stratégies éducatives et institutionnelles adaptées, comme l'enseignement de l'entrepreneuriat, l'accompagnement par des incubateurs ou la mise en place de programmes de mentorat, afin de réduire les barrières et stimuler l'engagement des futurs entrepreneurs.

III. Méthodologie de la recherche

Pour répondre à notre problématique, nous avons conduit une enquête de terrain auprès des étudiants de l'Université de Bejaia. Les données ont été collectées à l'aide d'un questionnaire structuré visant à explorer leurs motivations entrepreneuriales ainsi que leur perception des obstacles à l'intention entrepreneuriale. Cette approche a permis d'identifier et d'analyser de manière précise les facteurs personnels et contextuels influençant l'émergence de l'intention d'entreprendre dans le milieu universitaire.

Notre échantillon est constitué de 856 étudiants de fin de cycle (L3, M1 et M2) issus de différentes facultés de l'Université de Bejaia, notamment les facultés des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion (SECG), des sciences de la nature et de la vie (SNV), des sciences humaines et sociales (SHS), de technologie et des sciences exactes (SE). Les facultés du droit et des sciences politiques ainsi que des lettres et langues ont été exclues de l'échantillon final en raison d'un taux de retour des questionnaires extrêmement faible, ne permettant pas d'obtenir des données suffisamment représentatives pour garantir la fiabilité et la robustesse statistique des analyses. Le choix d'un échantillon diversifié permet d'assurer une représentativité relativement large des disciplines et des profils étudiants, offrant ainsi une vision plus globale des motivations, des obstacles perçus et des perceptions entrepreneuriales. Par ailleurs, le ciblage des étudiants de fin de cycle s'explique par le fait qu'ils commencent généralement à envisager leur insertion professionnelle et la concrétisation éventuelle de projets entrepreneuriaux.

Le traitement des données recueillies a été réalisé à l'aide du logiciel SPSS v.24 qui constitue un outil statistique de référence pour l'analyse quantitative en sciences sociales. Dans un premier temps, nous avons eu recours à l'Analyse en Composantes Principales (ACP) afin d'épurer et de valider l'échelle de mesure, en vérifiant la cohérence interne des items et en identifiant ceux qui sont les plus représentatifs de chaque dimension étudiée.

Dans un second temps, nous avons appliqué une analyse de régression linéaire pour examiner les relations entre les variables étudiées. Cette méthode a permis d'évaluer l'impact des variables indépendantes (motivations et la perception des obstacles) sur la variable dépendante, à savoir l'intention entrepreneuriale des étudiants. Elle offre la possibilité d'identifier la contribution spécifique de chaque facteur et de déterminer leur poids relatif dans l'explication du phénomène étudié.

Ce choix méthodologique se justifie par la transformation préalable des variables qualitatives en variables quantitatives au moyen des échelles de Likert,

ainsi que par l'obtention des scores factoriels issus des analyses en composantes principales (ACP). Ces scores ont permis de synthétiser les réponses des participants et de générer des variables plus adaptées à l'analyse par régression.

IV. Analyse et discussion des résultats

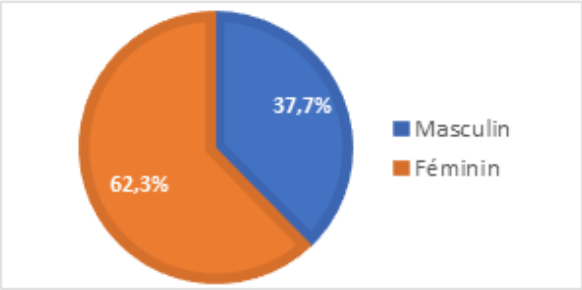
Nous ouvrons l'analyse par une première partie consacrée à la collecte d'informations permettant d'établir un profil sociodémographique des participants à l'enquête. Nous y présentons leurs principales caractéristiques, notamment le genre, l'âge, le domaine d'étude et le niveau d'études.

Dans la continuité, la seconde partie s'intéresse à l'impact des dimensions motivationnelles et de la perception des obstacles sur l'intention d'entreprendre. Elle vise à comprendre dans quelle mesure ces facteurs stimulent ou freinent l'émergence d'une intention entrepreneuriale chez les étudiants.

1. Profils sociodémographiques des étudiants

La répartition par sexe montre que l'échantillon est composé d'un peu plus d'un tiers d'hommes (37,7 %) et de près de deux tiers de femmes (62,3 %). Cette différence s'explique principalement par un taux de retour plus élevé chez les étudiantes par rapport à leurs homologues masculins.

Figure 1 : « Répartition des étudiants selon le sexe »



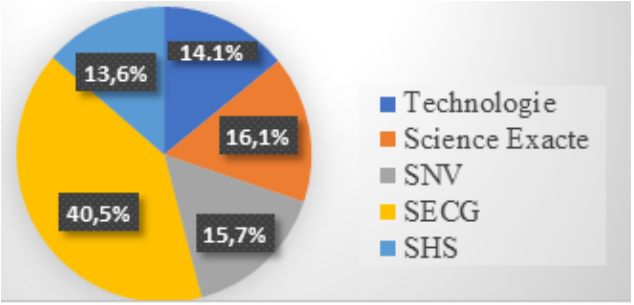
Source : réalisée par nous-mêmes à partir des données recueillies

Les données recueillies sur un échantillon de 856 individus montrent une moyenne d'âge de 23,66 ans, avec un écart-type de 2,493, traduisant une faible dispersion autour de cette moyenne. Cela indique que les âges des participants sont globalement homogènes. L'âge observé varie de 20 à 42 ans, ce qui représente l'étendue minimale et maximale de l'échantillon.

La répartition des étudiants selon la faculté d'étude met en évidence une prédominance notable des étudiants issus de la faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion (SECG), qui représentent 40,5 % de l'échantillon. Cette surreprésentation peut s'expliquer par le fait que l'enquête porte sur des thématiques liées à l'entrepreneuriat, un domaine particulièrement présent dans cette filière, ainsi que par l'intérêt particulier que ses étudiants portent au thème étudié. Les étudiants des Sciences Exactes constituent 16,1 % de l'échantillon, suivis de près par ceux des Sciences de la Nature et de la Vie (SNV) avec 15,7 %. Les filières de Technologie (14,1 %) et des Sciences Humaines et Sociales (SHS) (13,6 %) affichent des proportions relativement similaires. Dans l'ensemble, cette distribution montre une diversité disciplinaire appréciable, tout en soulignant un

poids important des disciplines économiques dans l'échantillon interrogé.

Figure 2 : « Répartition des étudiants selon la faculté d'étude »

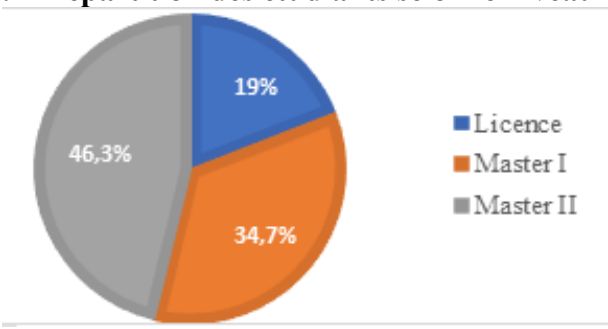


Source : réalisée par nous-mêmes à partir des données recueillies

La figure 3 présente la répartition des étudiants selon leur niveau d'études. Elle montre que la majorité des répondants sont inscrits en Master II, représentant **46,3 %** de l'échantillon. Ce taux élevé peut s'expliquer par le fait que les étudiants en fin de parcours académique sont généralement plus concernés par les thématiques liées à l'insertion professionnelle et à l'intention entrepreneuriale, ce qui les rend plus enclins à participer à ce type d'enquête. Les étudiants en Master I constituent **34,7 %** des participants, ce qui reflète également un intérêt notable pour les questions relatives au projet professionnel et à l'entrepreneuriat. Enfin, les étudiants de Licence représentent **19 %** de l'échantillon, une proportion plus faible, probablement liée à leur niveau d'avancement académique, qui les place encore relativement en amont de la réflexion autour de l'entrepreneuriat.

Cette distribution montre une prédominance des étudiants de cycle master, ce qui renforce la pertinence des données collectées pour analyser l'intention entrepreneuriale à un stade avancé du parcours universitaire.

Figure 3 : « Répartition des étudiants selon le niveau d'étude »



Source : réalisée par nous-mêmes à partir des données recueillies

2. L'analyse en composantes principales (ACP) des variables

Ce volet présente les résultats des ACP appliquées aux différentes variables du modèle. Il vise à évaluer la validité, la dimensionnalité et la cohérence interne des échelles de mesure utilisées, afin de générer des variables synthétiques fiables et statistiquement pertinentes.

❖ ***L'ACP de l'intention entrepreneuriale***

L'échelle de mesure de l'intention entrepreneuriale comprend 7 items. Les résultats de l'ACP confirment la validité de l'échelle (KMO = 0,912 ; test de Bartlett significatif à 0,001) et révèlent une structure unidimensionnelle expliquant 71,823% de la variance totale, avec des contributions factorielles élevées (> 0,670). Par ailleurs, l'échelle présente une excellente fiabilité interne (α de Cronbach = 0,933). Les items ont ainsi été agrégés pour former la variable « INTENTREP ».

❖ ***L'ACP de la variable motivations à entreprendre***

Les motivations entrepreneuriales ont été mesurées à partir de 13 items. Après ajustement de l'échelle et suppression de deux items, l'ACP finale révèle une structure multidimensionnelle stable expliquant 70,068 % de la variance totale. L'analyse met en évidence quatre dimensions : la prise de risque et créativité (PRISERISQ), la sécurité de l'emploi et qualité de vie (SECQUALVIE), l'autonomie (AUTONOMIE) et la réalisation de soi (REALISSOI). Les tests de validité (KMO = 0,682 ; Bartlett significatif à 0,001) et de fiabilité (α > 0,657) confirment la cohérence et la validité de l'échelle.

❖ ***L'ACP de la variable perception de l'échec***

La perception de l'échec a été mesurée à partir de 4 items. Les résultats de l'ACP confirment une structure unidimensionnelle expliquant 74,085 % de la variance totale, avec de fortes contributions factorielles. Les tests de validité montrent une bonne adéquation des données à l'analyse factorielle (KMO = 0,804 ; test de Bartlett significatif à 0,001), tandis que le coefficient Alpha de Cronbach (α = 0,881) atteste d'une forte cohérence interne de l'échelle. Les items ont ainsi été regroupés sous la variable « PERCECHEC ».

❖ ***L'ACP de la variable optimisme entrepreneurial***

Une échelle de 4 items a été mobilisée pour mesurer l'optimisme entrepreneurial. Les résultats de l'ACP confirment une structure unidimensionnelle expliquant 76,244 % de la variance totale. Les tests de validité attestent une bonne adéquation des données à l'analyse factorielle (KMO = 0,846 ; test de Bartlett significatif à 0,001), tandis que le coefficient Alpha de Cronbach (α = 0,896) indique une forte cohérence interne de l'échelle. Les items ont ainsi été regroupés sous la variable « OPTENTREP ».

❖ ***L'ACP de la variable formation universitaire***

La variable « formation universitaire » vise à mesurer la perception des étudiants quant à l'influence de leur formation sur l'intention entrepreneuriale et l'acquisition de compétences liées à la création d'entreprise. Les tests de validité montrent une bonne adéquation des données à l'analyse factorielle (KMO = 0,764 ; Bartlett significatif à 0,001). L'ACP révèle une structure unidimensionnelle expliquant 59,916 % de la variance, avec des contributions factorielles supérieures à 0,646. La fiabilité est satisfaisante (α = 0,828), confirmant une bonne cohérence interne de l'échelle, regroupée sous la variable « FORMUNIV ».

❖ ***L'ACP de la variable ressources et compétences***

L'échelle initiale comporte 14 items. Les tests de validité montrent une bonne adéquation des données (KMO = 0,863 ; Bartlett significatif à 0,001). Une première

ACP révèle une structure à trois dimensions expliquant 64,877 % de la variance, mais la présence de trois items instables a nécessité leur suppression. L'ACP finale confirme une structure stable à trois facteurs expliquant 72,127% de la variance totale, avec des saturations élevées et une bonne fiabilité (α > 0,779). Les dimensions retenues sont les compétences générales perçues (COMPGENER), les compétences spécifiques perçues (COMPSPEC) et les ressources perçues (RESSPERC).

- ***L'ACP de la variable environnement de soutien, institutionnel et économique à l'entrepreneuriat***

Les facteurs contextuels ont été mesurés à partir d'une échelle de 11 items. Les résultats de l'ACP confirment la validité des données (KMO = 0,840 ; test de Bartlett significatif à 0,001) et mettent en évidence une structure bidimensionnelle expliquant 62,136 % de la variance totale. Les analyses de fiabilité indiquent une bonne cohérence interne des deux dimensions (α = 0,883 et α = 0,805).

Deux dimensions sont ainsi retenues. La première renvoie aux opportunités d'apprentissage, d'information et de soutien à l'entrepreneuriat (APPINFSTR), englobant les dispositifs d'accompagnement, les structures d'appui telles que les CDE, les incubateurs, les institutions financières ainsi que les réseaux de soutien entrepreneurial. La seconde dimension correspond à l'environnement politique et économique (POLGOVEC), regroupant les politiques publiques, la fiscalité, le climat des affaires ainsi que l'impact de la crise sanitaire.

- ***L'ACP de la norme sociale***

La variable norme sociale a été mesurée à partir de 6 items portant sur l'influence de l'entourage sur la décision d'entreprendre. Les tests de validité confirment l'adéquation des données à l'analyse factorielle (KMO = 0,784 ; Bartlett significatif à 0,001). Après suppression d'un item peu pertinent, une ACP finale révèle une structure unidimensionnelle composée de 5 items, expliquant 57,099 % de la variance, avec une bonne fiabilité (α = 0,807). L'ensemble est regroupé sous la variable « NORMSOC ».

- ***L'ACP de la variable perception des obstacles***

Les conditions de factorisation ont été vérifiées pour une échelle composée de 9 items, avec une bonne adéquation des données (KMO = 0,732 ; Bartlett significatif à 0,001), confirmant la pertinence de l'ACP. L'analyse met en évidence une structure tridimensionnelle expliquant 71,820 % de la variance totale. Après rotation Varimax, une structure claire et stable est obtenue, avec de fortes saturations factorielles et une bonne cohérence interne des dimensions (α > 0,752).

Trois facteurs sont retenus : les contraintes liées au marché (CONTMAR), les contraintes d'accès aux ressources (CONTRESS) et les contraintes administratives (CONTADM), correspondant respectivement à l'environnement concurrentiel, aux difficultés de financement et de ressources humaines, ainsi qu'aux obstacles administratifs et informationnels.

Les ACP réalisées ont permis de valider les différentes échelles de mesure et de confirmer leur structure factorielle ainsi que leur fiabilité. Les variables synthétiques obtenues sont donc jugées fiables et cohérentes, ce qui permet de passer à l'analyse des relations entre variables à travers la régression linéaire.

3. Résultats de la régression linéaire

Dans ce volet, nous présentons les résultats des analyses de régression linéaire visant à identifier les principaux facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiants. L'objectif est d'évaluer l'impact des motivations entrepreneuriales, des facteurs contextuels et de la perception des obstacles sur l'intention de créer une entreprise.

3.1. L'impact des motivations sur l'intention entrepreneuriale

Une régression linéaire multiple a été réalisée afin d'analyser l'effet des motivations entrepreneuriales sur l'intention d'entreprendre. Cette dernière est la variable dépendante, tandis que les variables explicatives correspondent aux dimensions issues des ACP, regroupant la prise de risque, la sécurité et qualité de vie, l'autonomie, la réalisation de soi, ainsi que la perception de l'échec et l'optimisme entrepreneurial. Ces dimensions représentent les principaux déterminants motivationnels de l'intention entrepreneuriale.

Les résultats de l'analyse montrent que le modèle de régression présente un coefficient de corrélation R de 0,454, indiquant une relation modérée entre l'ensemble des variables indépendantes et l'intention d'entreprendre. Le coefficient de détermination R^2 ajusté s'élève à 0,201, ce qui signifie que 20,1 % de la variance de l'intention entrepreneuriale est expliquée par les différentes dimensions motivationnelles étudiées (optimisme, autonomie, prise de risque, recherche de qualité de vie, réalisation de soi) ainsi que par la perception de l'échec. Ces résultats suggèrent un ajustement globalement satisfaisant du modèle aux données.

Le test F de Fisher-Snedecor confirme la significativité globale du modèle, le F calculé (36,831) étant supérieur à la valeur critique (2,09) au seuil de 5 %, ce qui atteste de la bonne qualité d'ajustement du modèle aux données. Les indicateurs de colinéarité (tolérance et VIF) sont proches de 1 et respectent les seuils recommandés, ce qui confirme une faible corrélation entre les variables explicatives et l'absence de multicolinéarité, garantissant ainsi la qualité du modèle.

Les résultats du modèle de régression linéaire mettent en évidence plusieurs déterminants significatifs de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. Parmi les facteurs analysés, l'optimisme entrepreneurial apparaît comme la variable la plus influente ($\beta = 0{,}238$; $p < 0{,}001$), suggérant que la perception positive des opportunités constitue un levier central dans la formation de l'intention d'entreprendre. Le désir d'autonomie occupe également une place importante ($\beta = 0{,}201$; $p < 0{,}001$), indiquant que la volonté d'indépendance professionnelle stimule fortement l'orientation entrepreneuriale. De même, la propension à prendre des risques ($\beta = 0{,}182$; $p < 0{,}001$) et la recherche d'une amélioration de la qualité de vie ($\beta = 0{,}174$; $p < 0{,}001$) exercent un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale, confirmant que ces dimensions motivationnelles soutiennent la projection des étudiants vers un engagement entrepreneurial. La réalisation de soi, bien que significative, présente un impact plus modéré ($\beta = 0{,}095$; $p < 0{,}01$), ce qui montre qu'elle contribue à l'intention d'entreprendre, mais dans une moindre mesure par rapport aux autres motivations. En revanche, la perception de l'échec ne présente aucun effet significatif sur l'intention entrepreneuriale ($\beta = 0{,}013$; $p = 0{,}740$),

suggérant que, dans cet échantillon, la peur de l'échec ne constitue pas un obstacle déterminant. Ces résultats soulignent l'importance des motivations intrinsèques et des perceptions positives dans la construction de l'intention entrepreneuriale, au détriment des freins psychologiques tels que la crainte de l'échec.

Cette situation peut s'expliquer par le fait que les étudiants de l'Université de Bejaia ne perçoivent pas nécessairement l'échec entrepreneurial comme une sanction définitive, mais davantage comme une expérience d'apprentissage et d'acquisition de compétences. L'influence des formations entrepreneuriales, des dispositifs d'accompagnement universitaire ainsi que la diffusion croissante d'une culture valorisant l'initiative et l'expérimentation peuvent contribuer à réduire l'effet inhibiteur de la peur de l'échec.

Par ailleurs, les résultats descriptifs montrent que 62,1 % des étudiants interrogés considèrent que les obstacles peuvent constituer un facteur de réussite, ce qui traduit une perception relativement positive des difficultés entrepreneuriales et une certaine normalisation du risque dans le processus de création d'entreprise. Cette tendance peut indiquer une relative confiance des étudiants en leurs capacités ou une faible aversion au risque entrepreneurial.

Tableau 1 : « l'influence des dimensions motivationnelles sur l'intention entrepreneuriale »

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R^2	R^2 ajusté	Test F	Sig.
1	,454[a]	,207	,201	36,831	,000

a. Valeurs prédites : (constantes), OPTENTREP, SECQUALVIE, REALISSOI, PRISERISQ, AUTONOMIE, PERCECHEC

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardises		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
		A	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
1	(Constante)	1,217E-017	,031		,000	1,000		
	PRISERISQ	,182	,031	,182	5,895	**,000**	,977	1,024
	SECQUALVIE	,174	,031	,174	5,656	**,000**	,986	1,014
	AUTONOMIE	,201	,031	,201	6,426	**,000**	,953	1,049
	REALISSOI	,095	,031	,095	3,080	**,002**	,982	1,019
	PERCECHEC	,013	,040	,013	,332	,740	,577	1,733
	OPTENTREP	,238	,041	,238	5,750	**,000**	,546	1,830

a. Variable dépendante : INTENTREP

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données recueillies et analysées via SPSS

En outre, il est essentiel d'examiner l'impact des facteurs liés au parcours académique et au développement des compétences. En effet, la formation universitaire, l'expérience pratique et les compétences acquises constituent des ressources essentielles pour renforcer la propension à entreprendre. Pour cette raison, un second modèle de régression multiple a été élaboré, intégrant ces variables afin d'évaluer leur effet relatif sur l'intention d'entreprendre et de compléter ainsi l'analyse des déterminants motivationnels.

Les résultats du modèle de régression montrent que l'ensemble des variables indépendantes expliquent une part substantielle de la variation de l'intention entrepreneuriale. Le coefficient de corrélation R est de 0,553, indiquant une relation modérée entre les variables explicatives et l'intention d'entreprendre. Le coefficient de détermination R^2 ajusté, égal à 0,302, montre que 30,2 % de la variance de l'intention entrepreneuriale est expliquée par le modèle, ce qui confirme sa bonne qualité d'ajustement tout en tenant compte du nombre de prédicteurs introduits.

L'analyse de la variance (ANOVA) confirme la significativité du modèle global ($F = 93,578$, $p < 0,001$). Cela indique que les variables introduites apportent une contribution significative à la prédiction de l'intention entrepreneuriale et que le modèle est globalement pertinent.

L'examen des coefficients révèle que toutes les variables indépendantes ont un effet positif et significatif sur l'intention entrepreneuriale. La formation universitaire exerce l'effet le plus important ($\beta = 0,341$, $p < 0,001$), suggérant qu'elle constitue un déterminant majeur de l'intention d'entreprendre chez les étudiants. Les compétences générales ($\beta = 0,231$, $p < 0,001$) et les compétences spécifiques ($\beta = 0,221$, $p < 0,001$) jouent également un rôle déterminant, en renforçant respectivement la polyvalence, la capacité d'analyse et la créativité nécessaires à la construction d'un projet. L'expérience a un effet plus faible mais néanmoins significatif ($\beta = 0,067$, $p = 0,020$), ce qui indique que les stages, travaux pratiques ou engagements associatifs contribuent modestement mais positivement à l'intention entrepreneuriale.

Enfin, les indicateurs de colinéarité montrent des valeurs de tolérance élevées (> 0,80) et des facteurs d'inflation de variance (VIF) proches de 1, ce qui confirme l'absence de colinéarité entre les prédicteurs : les variables contribuent donc chacune de manière indépendante à l'explication du modèle.

Tableau 2 : « l'influence de la formation, l'expérience et les compétences sur l'intention entrepreneuriale »

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R^2	R^2 ajusté	Test F	Sig.
1	,553[a]	,305	,302	93,578	,000

a. Valeurs prédites : (constantes), COMPSPEC, COMPGENER, EXPERIENCE, FORMUNIV

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
		A	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
1	(Constante)	-,085	,046		-1,833	,067		
	FORMUNIV	,341	,032	,341	10,786	**,000**	,819	1,221
	EXPERIENCE	,138	,059	,067	2,335	**,020**	,977	1,024
	COMPGENER	,231	,031	,231	7,383	**,000**	,832	1,202
	COMPSPEC	,221	,029	,221	7,592	**,000**	,961	1,041

a. Variable dépendante : INTENTREP

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données recueillies et analysées via SPSS

3.2. L'impact des facteurs contextuels sur l'intention entrepreneuriale

Pour compléter l'analyse des déterminants de l'intention entrepreneuriale, il est nécessaire d'examiner les facteurs contextuels qui structurent l'environnement des étudiants. Les normes sociales, l'accès à l'information et aux structures d'interfaces, les ressources disponibles et les politiques perçues peuvent renforcer ou freiner la décision d'entreprendre. Une régression linéaire multiple a ainsi été réalisée pour évaluer leur impact sur l'intention entrepreneuriale.

Les résultats du modèle de régression multiple montrent que les facteurs contextuels exercent une influence significative sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Le coefficient de corrélation R atteint 0,547, indiquant une relation modérée entre l'ensemble des variables contextuelles et l'intention d'entreprendre, tandis que le R^2 ajusté de 0,296 révèle que 29,6 % de la variance de l'intention entrepreneuriale est expliquée par ces facteurs. L'ANOVA confirme la significativité globale du modèle ($F = 91,066$; $p < 0,001$), ce qui atteste de sa robustesse statistique.

L'examen des coefficients met en évidence que l'appui des infrastructures entrepreneuriales constitue le prédicteur le plus déterminant ($\beta = 0,481$; $p < 0,001$), suivi par les politiques gouvernementales perçues ($\beta = 0,166$; $p < 0,001$) et les ressources perçues ($\beta = 0,103$; $p = 0,001$). Les normes sociales présentent également un effet significatif, bien que plus faible ($\beta = 0,081$; $p = 0,005$). Par ailleurs, les valeurs de tolérance et les indices VIF indiquent l'absence de multicolinéarité entre les variables, garantissant la fiabilité des estimations. Ces résultats soulignent ainsi l'importance de l'environnement institutionnel, des ressources disponibles et du soutien social dans la formation de l'intention entrepreneuriale.

Tableau 3 : « l'influence des facteurs contextuels sur l'intention entrepreneuriale »

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R^2	R^2 ajusté	Test F	Sig.
1	,547[a]	,300	,296	91,066	,000

a. Valeurs prédites : (constantes), NORMSOC, POLGOVEC, APPINFSTR, RESSPERC

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
		A	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
1	(Constante)	-3,158E-017	,029		,000	1,000		
	POLGOVEC	,166	,029	,166	5,683	**,000**	,965	1,036
	APPINFSTR	,481	,029	,481	16,572	**,000**	,977	1,024
	RESSPERC	,103	,030	,103	3,483	**,001**	,935	1,070
	NORMSOC	,081	,029	,081	2,802	**,005**	,990	1,010

a. Variable dépendante: INTENTREP

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données recueillies et analysées via SPSS

3.3. L'impact de la perception des obstacles sur l'intention entrepreneuriale

Afin d'examiner l'influence des obstacles perçus sur l'intention entrepreneuriale des étudiants, une analyse de régression multiple a été menée. Cette approche permet de déterminer dans quelle mesure les différentes perceptions d'obstacles, qu'ils soient financiers, administratifs ou liés à l'accès aux marchés, influencent la propension des étudiants à envisager la création d'entreprise. Les résultats présentés dans le tableau ci-dessous illustrent l'ampleur et la significativité statistique de ces relations.

Les résultats montrent un coefficient de corrélation R = 0,271, indiquant une relation faible entre les trois types de contraintes perçues (financières, administratives et liées à l'accès au marché) et l'intention entrepreneuriale. Le coefficient de détermination $R^2 = 0,074$ révèle que 7,4 % de la variance de l'intention entrepreneuriale est expliquée par les trois obstacles considérés dans ce modèle. Après ajustement pour le nombre de variables, le R^2 ajusté s'établit à 0,070, confirmant que le modèle possède un pouvoir explicatif limité, mais non négligeable.

En outre, la valeur observée du test F (22,559) est supérieure à la valeur critique (2,60 au seuil $\alpha = 0,05$, pour 3 et 852 degrés de liberté), ce qui confirme l'existence d'une relation linéaire significative entre les variables indépendantes et la variable dépendante.

L'analyse détaillée des coefficients met en évidence l'existence de relations négatives et statistiquement significatives entre les différents types d'obstacles perçus et l'intention entrepreneuriale. Premièrement, les contraintes liées à l'accès au marché (CONTMAR) ressortent comme le facteur le plus influent du modèle, avec un coefficient standardisé $\beta = –0,237$ ($p < 0,001$). Cela signifie que plus les étudiants perçoivent des difficultés à accéder aux marchés, plus leur intention d'entreprendre diminue et cet effet est le plus marqué parmi les trois dimensions étudiées.

Deuxièmement, les obstacles financiers (CONTRESS) présentent également un effet négatif et significatif avec un coefficient $\beta = –0,102$ ($p = 0,002$). Ainsi, la perception de contraintes financières, telles que le manque de capitaux ou de ressources, réduit la propension des étudiants à envisager la création d'entreprise.

Enfin, les contraintes administratives (CONTADM) exercent un impact négatif plus modéré, mais néanmoins significatif ($\beta = –0,084$, $p = 0,011$). Les lourdeurs administratives, les procédures complexes ou les exigences réglementaires semblent donc contribuer à décourager l'intention entrepreneuriale, bien que dans une moindre mesure par rapport aux deux autres types d'obstacles.

Il est également important de noter que les indicateurs de colinéarité montrent une tolérance de 1,000 et un VIF de 1,000 pour l'ensemble des variables, confirmant l'absence totale de multicolinéarité et garantissant la fiabilité de l'estimation des coefficients.

Tableau 4 : « l'influence des obstacles perçus sur l'intention entrepreneuriale »

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R^2	R^2 ajusté	Test F	Sig.
1	,271[a]	,074	,070	22,559	,000

a. Valeurs prédites : (constantes), CONTADM, CONTRESS, CONTMAR

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,041E-017	,033		,000	1,000
	CONTMAR	-,237	,033	-,237	-7,184	,000
	CONTRESS	-,102	,033	-,102	-3,097	,002
	CONTADM	-,084	,033	-,084	-2,545	,011

a. Variable dépendante : INTENTREP

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données recueillies et analysées via SPSS

Bien que le pouvoir explicatif du modèle demeure limité (R^2 = 0,074), les résultats montrent que les obstacles perçus, notamment les contraintes d'accès au marché, les difficultés financières et les lourdeurs administratives, exercent un effet négatif significatif sur l'intention entrepreneuriale. Ces contraintes peuvent ainsi contribuer à expliquer le décalage observé entre une intention entrepreneuriale relativement élevée et la faible concrétisation des projets entrepreneuriaux chez les étudiants.

Dans ce cadre, l'insuffisance des dispositifs d'accompagnement, tels que les accélérateurs, constitue une contrainte supplémentaire pouvant limiter la transformation de l'intention entrepreneuriale en action effective. En effet, dans le contexte universitaire, le manque d'accompagnement pratique, le manque d'expérience, la faible immersion des étudiants dans l'écosystème entrepreneurial ainsi que l'accès limité aux opportunités concrètes de développement de projets réduisent les chances de concrétisation des initiatives entrepreneuriales. Cette situation contribue à maintenir un écart entre l'intention et le passage à l'acte, en maintenant un niveau d'incertitude élevé et en limitant l'accès aux ressources nécessaires à la création d'entreprise.

Conclusion

L'objectif central de cette étude était d'identifier les motivations et les freins influençant l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'Université de Bejaia. Les analyses menées, à travers les modèles de régression multiples, permettent de répondre de manière structurée à cette problématique en mettant en évidence les déterminants positifs et négatifs qui façonnent l'intention d'entreprendre.

L'analyse globale révèle que ce phénomène résulte de l'articulation de motivations individuelles, de facteurs liés au parcours universitaire, d'éléments contextuels et de contraintes perçues. Les résultats montrent d'abord que les

motivations entrepreneuriales jouent un rôle central : l'optimisme, l'autonomie, la prise de risque, la recherche de qualité de vie et la réalisation de soi exercent un effet positif significatif sur l'intention d'entreprendre, tandis que la perception de l'échec ne constitue pas un frein déterminant. Ces facteurs intrinsèques expliquent près d'un cinquième (20%) de la variance de l'intention entrepreneuriale, mettant en lumière l'importance des perceptions positives et des aspirations personnelles dans la construction du projet entrepreneurial.

Par ailleurs, les variables liées au parcours universitaire renforcent considérablement cette intention. La formation universitaire apparaît comme le prédicteur le plus influent, suivie des compétences générales et spécifiques, puis de l'expérience pratique. Ce second modèle présente le pouvoir explicatif le plus élevé, confirmant que l'acquisition de connaissances, le développement de compétences et l'exposition à des activités formatrices constituent des leviers majeurs pour stimuler la propension à entreprendre chez les étudiants.

Les facteurs contextuels contribuent également de manière significative à la formation de l'intention entrepreneuriale. L'appui des infrastructures entrepreneuriales se distingue comme l'élément le plus déterminant, suivi par les politiques gouvernementales perçues, les ressources disponibles et, dans une moindre mesure, les normes sociales. Ces résultats soulignent l'importance de l'environnement institutionnel, du soutien social et de l'accès aux ressources dans la dynamique entrepreneuriale.

Enfin, l'analyse des obstacles perçus montre que les contraintes financières, administratives et surtout celles liées à l'accès au marché exercent un effet négatif significatif sur l'intention d'entreprendre. Bien que leur pouvoir explicatif soit relativement limité, ces obstacles constituent des freins réels, susceptibles de réduire la motivation des étudiants à initier un projet entrepreneurial.

Les résultats obtenus auprès des étudiants de l'Université de Bejaia mettent en évidence une vision nuancée de l'intention entrepreneuriale, résultant de l'interaction entre motivations personnelles, compétences et formation, contexte institutionnel et obstacles perçus. Ils soulignent ainsi la nécessité d'agir simultanément sur ces différentes dimensions pour favoriser l'esprit entrepreneurial.

Dans cette perspective, plusieurs actions concrètes peuvent être envisagées. Il s'agit notamment de mettre en place des parcours de formation entrepreneuriale progressifs intégrant des projets réels, de renforcer les dispositifs de mentorat en associant les étudiants à des entrepreneurs locaux, ainsi que de développer des partenariats structurés avec les acteurs économiques du territoire tels que la Chambre de Commerce et d'Industrie Soummam et les organisations patronales comme Confédération Algérienne du Patronat Citoyen (CAPC ex :FCE). Ces actions visent à améliorer davantage les compétences pratiques des étudiants tout en renforçant leur confiance en eux et leur auto-efficacité entrepreneuriale.

En outre, le renforcement des incubateurs universitaires peut passer par la mise en place d'accélérateurs permettant de favoriser la croissance rapide des startups, en leur offrant un encadrement stratégique, un accès au financement, du mentorat ainsi qu'une intégration dans les réseaux économiques. Ces dispositifs

jouent un rôle essentiel dans la transformation des projets entrepreneuriaux en entreprises viables et innovantes. Par ailleurs, il convient de réfléchir à des mécanismes de mise en réseau et de coordination entre incubateurs afin de favoriser la coopération et la création de synergies. Enfin, l'évolution vers des clusters d'incubateurs pourrait constituer une piste pertinente pour renforcer l'écosystème entrepreneurial universitaire.

Parallèlement, la simplification des démarches administratives internes et l'amélioration de l'accès à l'information entrepreneuriale contribueraient à réduire les contraintes perçues par les étudiants et transformer leurs intentions en projets concrets.

Une telle approche intégrée, combinant formation, accompagnement et ouverture sur l'écosystème économique local, constitue une voie pertinente pour promouvoir la création d'entreprise au sein de la population étudiante.

Références Bibliographiques :

- Adjout , S. (2023). Etude de l'intention entrepreneuriale des étudiants par une approche genre: Cas de l'université de Bejaia. *thèse de Doctorat en sciences de gestion, université de Bejaia*.
- Adjout , S., & Boumoula, S. (2020). L'intention entrepreneuriale des étudiants à l'épreuve des stéréotypes de genre- Cas de Béjaia. *Revue algérienne de développement économique, 7*(2), pp. 305-320.
- Aduana, N. (2016). *Entrepreneurship: in philippine setting for senior high school.* C & E Publishing, Inc.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behaviour, Organizational behaviour and human decision processes. pp. 179–211.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for intention. *Academy of Management Review vol. 13, n° 3,, 13*(3), pp. 442-453.
- Delle, E., & Monipaak Amadu, I. (2015). Proactive personality and entrepreneurial intention: employment status and student level as moderators. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, pp. 1-13.
- Elafqih, B., & Messaoudi, A. (2021). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants : cas des doctorants. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME, 2*(6), pp. 263-280.
- Emin , S. (2003). L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français, Thèse en Sciences de Gestion. *Université Pierre Mendés France, ESA, Grenoble*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research.* Addison-Wesley.
- Girandola, F., Demarque, C., & Lo Monaco, G. (2019). *Psychologie sociale.* Malakoff: Armand Colin.

- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions : Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development, 5*, pp. 315-330.
- Mahmoudi, M. (2019). L'intention entrepreneuriale des étudiants maghrébins : une approche comparée (cas de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie). *Thèse de Doctorat en sciences économiques spécialité: Economie Managériale à l'université de Bejaia*.
- Meziane , A., & Bouksani , R. (2018). Etude de l'intention entrepreneuriale en milieu universitaire : cas de l'Université de Boumerdes. *Revue des Réformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale*, pp. 1-17.
- Moreau, R., & Raveleau, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale. *Revue internationale P.M.E, Presses de l'Université du Québec, Vol 19*(N°2.), pp. 101–131.
- Shapero , A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. Dans *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc.
- Tounés , A. (2003). l'intention entrepreneuriale: Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion. *université de Rouen*.
- Tounés, A. (2006). L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La Revue des Sciences de Gestion, 3*(219), pp. 57-65.
- Tuo, D., & Brou, A. (2022). Déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants ivoiriens en période de crise de la Covid-19. *Revue Ivoirienne des Sciences économiques et de gestion, 3*(2), pp. 80-95.