

**Quel rôle de la formation universitaire dans la création des start-ups :
illustration par une enquête de terrain auprès de l'université de Bejaia »**

Mekhmoukh Sakina ¹ , Meziani Henen

¹ Laboratoire RMTQ, université de Bejaia, sakina.mekhmoukh@univ-bejaia.dz

² Laboratoire LEPESE , University Centre Of Maghnia, h.meziani@cu-maghnia.dz

Received on: 2026-04-11

Accepted on: 2026-04-28

published on: 11-06-2026

Résumé:

Cet article examine le rôle de l'enseignement de l'entrepreneuriat et de la formation universitaire dans l'écosystème académique algérien, ainsi que sa contribution au renforcement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants. L'étude s'appuie sur une approche théorique analysant la relation entre la formation académique et la création d'entreprises, complétée par une enquête de terrain menée auprès des étudiants de fin de cycle (3ème année Licence et 2ème année Master) en entrepreneuriat au département des sciences de gestion de l'Université de Béjaïa. Sur 160 questionnaires distribués, 140 ont été retenus pour l'analyse statistique.

Les résultats révèlent que la formation entrepreneuriale joue un rôle crucial dans la transmission des connaissances et des compétences techniques. Elle impacte positivement les valeurs, les attitudes et les motivations des étudiants, les encourageant ainsi à prendre des risques calculés pour créer des entreprises à forte valeur ajoutée. L'étude souligne également une forte volonté des étudiants interrogés à lancer leurs propres projets, stimulée par l'influence de modèles entrepreneuriaux réussis, les modules d'enseignement spécialisés et les dispositifs d'appui à l'investissement des jeunes.

Mots clés: Entrepreneuriat; Formation Universitaire; Intention Entrepreneuriale; Start-up; Création d'Entreprise; Esprit Entrepreneurial.

Code de classification JEL : L 26, A 23.

ملخص:

تتمحور هذه الدراسة حول تقييم دور التعليم والتكوين المقاولاتي في الوسط الجامعي الجزائري وأثره في تعزيز النية الريادية لدى الطلاب. يهدف المقال إلى إبراز الجوانب النظرية للعلاقة بين التكوين الأكاديمي والتوجه نحو العمل الحر، مدعوماً بدراسة ميدانية شملت طلاب السنة الثالثة ليسانس والسنة الثانية ماستر (تخصص ريادة الأعمال) بقسم علوم التسيير بجامعة بجاية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع 160 استبياناً، استُرجع منها 140 استبياناً صالحاً للتحليل الإحصائي.

خلصت النتائج إلى أن التكوين في مجال ريادة الأعمال لا يقتصر فقط على نقل المعارف والمهارات التقنية الضرورية، بل يتعدى ذلك ليؤثر إيجاباً على قيم واتجاهات الطلاب ودوافعهم، مما يساهم بفعالية في تشجيعهم على اتخاذ مخاطر مدروسة لإنشاء مؤسسات ناشئة خالقة للقيمة. كما كشفت الدراسة عن رغبة قوية لدى الطلاب في إنشاء مشاريعهم الخاصة، مدفوعين بوجود نماذج ريادية ناجحة (قدوات)، والمناهج التعليمية المتخصصة، إضافة إلى آليات الدعم الموجهة للمستثمر الشاب.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، التكوين الجامعي، النية الريادية، المؤسسات الناشئة، إنشاء المؤسسات، الروح المقاولاتية.

تصنيف JEL : L 26, A 23.

Corresponding author: Mekhmoukh Sakina, e-mail: sakina.mekhmoukh@univ-bejaia.dz

1-Introduction

La formation universitaire constitue un tremplin fondamental permettant aux étudiants de concevoir, initier et faire croître leurs projets entrepreneuriaux, selon une démarche progressive appelée « d'apprendre à entreprendre ». Cette formation vise essentiellement à doter les apprenants des outils nécessaires pour concrétiser leurs idées en véritables projets entrepreneuriaux (Start-up) et leur permettre de passer à l'acte. Parmi l'ensemble des cursus académiques disponibles, la formation entrepreneuriale se distingue en tant que vecteur stratégique fondamental, propice à la dynamisation de la création d'entreprises pérennes, de la génération d'emplois et de la production de richesses. L'entrepreneur, figure centrale de la théorie schumpétérienne, est perçu comme un agent d'innovation et un catalyseur du développement économique.

L'aube du premier millénaire, entre 2000 et 2010, a été marquée par une transformation profonde de l'enseignement supérieur, notamment en ce qui concerne la diffusion des savoirs entrepreneuriaux et l'insertion de modules dédiés à la création d'entreprises dans des formations universitaires autrefois réservées aux seules écoles de commerce et de management. De nombreux États ont fait de la création d'entreprises un axe stratégique prioritaire, y voyant un puissant levier de revitalisation durable du tissu entrepreneurial. L'Algérie n'en est pas en reste. Des politiques d'accompagnement et d'appui à la création de ces dernières ont été mises en place durant la première décennie des années 2000. C'est dans ce sens que nous posons la question principale suivante : **Quel est le rôle de la formation entrepreneuriale dans la création d'entreprises ?**

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

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

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

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

2-Revue de littérature sur l'intention entrepreneuriale et la formation universitaire

La production scientifique portant sur l'entrepreneuriat s'est considérablement enrichie au fil des décennies, témoignant de la vitalité de ce champ d'investigation. Dans ce qui suit, nous passerons en revue quelques-unes des conceptualisations les plus significatives et les différentes formes qu'il peut revêtir.

L'entrepreneuriat peut être défini selon (FILION, 1991, pp. 26-40) comme étant « le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ».

De même la définition de (GARTNER, 1993, p. 238) va bien dans ce sens : « L'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation ». La perspective de Gartner enrichit cette vision en intégrant la notion d'émergence organisationnelle au cœur même du processus entrepreneurial. Pour cet auteur, l'entrepreneuriat se manifeste fondamentalement à travers l'acte de concevoir et de structurer de nouvelles entités organisationnelles.

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

Une vision systémique et comportementale (Tounes, 2003)

Selon **Tounes (2003)**, l'acte d'entreprendre doit être perçu comme un **processus dynamique et évolutif**. Il ne s'agit pas d'un simple événement isolé, mais du résultat d'une interaction entre des variables psychologiques, socioculturelles et politiques. Pour cet auteur, l'entrepreneuriat s'incarne à travers :

- **Le profil de l'acteur** : Des attitudes, des motivations et des aptitudes spécifiques.
- **La diversité des formes** : Il se manifeste par des mécanismes variés tels que l'intrapreneuriat, l'essaimage ou encore la franchise. Cette approche souligne que l'entrepreneuriat est le moteur indispensable à la transformation continue des structures économiques et sociales.

L'innovation par la recomposition des ressources (Schumpeter, 1997)

Pour **Schumpeter (1997)**, l'essence même de l'entrepreneuriat réside dans la **détection et l'exploitation d'opportunités inédites**. L'entrepreneur est celui qui rompt avec la routine économique en opérant de « nouvelles combinaisons » de ressources. En détournant les moyens de production de leur

usage traditionnel, il crée une dynamique de changement qui redéfinit le paysage industriel et national.

L'initiative individuelle et la création de valeur (Coster via Fayolle, 2009)

Enfin, la vision de **M. Coster**, rapportée par **Fayolle (2009)**, met l'accent sur la dimension humaine. Ici, l'entrepreneuriat est le produit de **l'imagination et de la détermination** d'un individu. À partir de ressources existantes, l'entrepreneur parvient à bâtir une activité pérenne, générant ainsi une double richesse : à la fois économique et sociale.

À la lumière de ces différentes perspectives, il ressort que l'entrepreneuriat constitue avant tout un processus par lequel un individu identifie, évalue et saisit une opportunité d'affaires pour en tirer parti, aboutissant ainsi à l'émergence de nouvelles organisations porteuses de richesse et de valeur ajoutée.

L'entrepreneuriat se présente comme un champ d'investigation transdisciplinaire, mobilisant l'intérêt des économistes, des historiens, des sociologues et de nombreux autres spécialistes. Cette pluralité d'approches ne fait que confirmer la prégnance et l'universalité de ce concept, dont la maîtrise s'impose comme une condition sine qua non pour répondre aux impératifs de croissance de demain. La création d'entreprise est devenue un enjeu socioéconomique majeur, suscitant l'attention croissante des chercheurs comme des décideurs politiques, conscients du rôle moteur de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social (OUKACI, 2019, p. 2).

3-Quelques définitions

L'essor remarquable qu'a connu et continue de connaître le concept entrepreneurial a engendré une profusion d'approches définitionnelles variées. Nous en sélectionnerons quelques-unes parmi les plus représentatives (OUMRANE.A, 2011, p. 92)

Table 1. Quelques définitions de l'entrepreneuriat

J.A. Schumpeter (1928)	L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...]. Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons.
R. Ronstad (1984)	L'entrepreneuriat est un processus dynamique de création humaine incrémentale. « This wealth is created by individuals who assume the major

	risks in term of equity, time, and/or career commitment of providing value for some product or service. The product or service itself may or may not be new or unique but value must somehow be infused by the entrepreneur by securing and allocating the necessary skills and resources.
J.-M. Toulouse (1988)	L'Entrepreneurship est une réponse créatrice, une habileté à percevoir de nouvelles perspectives, à faire des choses nouvelles, à faire différemment les choses existantes.
W. Bygrave et C. Hofer (1991)	The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organisations to pursue them.
Th. Verstraete (2003)	L'entrepreneuriat concerne le phénomène relevant d'une relation symbiotique entre l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci.

Source : Elaboré par nos soins à partir des différentes lectures

4-La création d'entreprise : Acte essentiel de l'entrepreneuriat

La création d'entreprise constitue un processus à la fois multidimensionnel et protéiforme. Donner naissance à une structure économique revêt un caractère paradoxal : geste répandu dans son principe, il n'en demeure pas moins extraordinaire dans ses répercussions, au sens premier du terme.

Alain Fayolle élabore une classification analytique qui distingue les différentes configurations du processus de création d'entreprises, selon la nomenclature suivante (FAYOLLE, 2009, p. 25) :

La création par reproduction : Cette forme se caractérise par une faible perturbation des équilibres existants aussi bien pour le créateur que pour son environnement, avec un niveau d'incertitude relativement modéré. Il s'agit d'entreprises calquées sur des modèles déjà éprouvés. Le porteur de projet bénéficie d'un avantage comparatif significatif : il maîtrise les rouages du secteur et dispose d'un réseau relationnel pertinent. Dans cette démarche reproductive, l'entrepreneur aspire essentiellement à exercer à son propre compte une activité qu'il pratiquait déjà dans son parcours professionnel antérieur.

La création par imitation : Ce modèle entrepreneurial, bien qu'il génère peu de valeur intrinsèquement nouvelle, peut néanmoins constituer pour son initiateur un véritable tremplin vers une amélioration notable de sa situation personnelle et professionnelle. Le créateur, ne disposant pas d'un patrimoine de ressources complet, s'appuie sur des formules éprouvées pour bâtir et développer son projet. Le degré d'incertitude qui pèse sur cette démarche est directement tributaire de la capacité de l'entrepreneur à mobiliser les compétences et ressources indispensables à la réussite de son initiative.

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

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

5-Cadre théorique de l'enseignement de l'entrepreneuriat

« L'enseignement de l'entrepreneuriat s'affirme ainsi comme un levier indispensable à la consolidation d'une véritable culture d'entreprise au sein du milieu académique. Au-delà du simple éveil à la fibre entrepreneuriale et à l'esprit d'initiative, cette formation peut significativement contribuer à revaloriser l'image de l'entrepreneuriat et des start-ups, tout en mettant en lumière la contribution essentielle de l'entrepreneur au tissu socioéconomique ». (GRASSE, 1982, p. 150)

L'enseignement de l'entrepreneuriat est perçu par la communauté scientifique non seulement comme un transfert de connaissances, mais aussi comme un levier de transformation personnelle et professionnelle.

1. Un facilitateur d'accès et un vecteur de compétences

Pour **Laukannen**, l'éducation entrepreneuriale agit avant tout comme un catalyseur. Elle simplifie le passage à l'acte en clarifiant deux dimensions essentielles : la **motivation** (le vouloir-faire) et la **méthodologie** (le savoir-faire). De leur côté, **Zones et English** mettent l'accent sur le développement du potentiel humain. Selon eux, cet enseignement dote les individus de la capacité à discerner les opportunités de marché tout en renforçant leur sentiment d'auto-efficacité et leur assurance personnelle.

2. Une démarche multidimensionnelle (Fayolle & Filion)

Fayolle et Fillion proposent une vision intégrative de cet enseignement. Il ne s'agit pas d'un simple cours théorique, mais d'un écosystème d'actions incluant :

- La **sensibilisation** et la simulation ;
- Le **perfectionnement** et le soutien personnalisé. Cette approche vise un double objectif : faire évoluer les schémas culturels et comportementaux de l'apprenant, tout en lui fournissant les outils pragmatiques nécessaires à la création ou à la reprise d'activité.

3. L'entrepreneuriat comme mode de gestion dans l'incertitude (Gibb, 1999)

Selon **Gibb (1999,1999,pp1-21)**, l'éducation entrepreneuriale dépasse le cadre de la simple création d'entreprise. Elle consiste à forger un ensemble de qualités (attitudes et aptitudes) permettant de piloter des organisations dans des environnements instables et complexes. Pour cet auteur, ces compétences constituent avant tout des instruments de **réalisation de soi**, applicables tant au niveau individuel que collectif.

À la lumière de ces réflexions, il apparaît que l'enseignement de l'entrepreneuriat remplit une fonction duale au sein de l'université :

1. **Une fonction opérationnelle** : Il agit comme un incubateur favorisant l'éclosion de projets concrets et le lancement de start-ups.
2. **Une fonction structurante** : Il s'inscrit dans une perspective éducative profonde visant à remodeler les mentalités, à affiner les perceptions des étudiants et à ancrer durablement des réflexes entrepreneuriaux dans leur système de pensée.

6-Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat

Selon **Fayolle (2000)**, l'institution éducative représente le socle fondamental sur lequel repose l'émergence d'une culture et d'une pratique de l'entrepreneuriat. L'auteur souligne la nécessité d'examiner de manière critique la multiplicité des approches pédagogiques mises en œuvre. Pour comprendre l'essence de cet enseignement, il convient d'analyser les piliers suivants :

- **L'ingénierie pédagogique** : Une évaluation rigoureuse des objectifs visés, de la pertinence des contenus enseignés et des ressources didactiques mobilisées.
- **Les modalités d'apprentissage** : Une étude approfondie des activités proposées aux apprenants ainsi que des mécanismes d'évaluation de leurs acquis.
- **La triade décisionnelle** : L'auteur postule que la réussite de l'acte d'enseigner l'entrepreneuriat repose sur la résolution de trois problématiques majeures : la définition claire des **objectifs**, le choix des **méthodes** et la sélection des **techniques** pédagogiques appropriées.

En somme, l'efficacité de la formation entrepreneuriale dépend d'une adéquation cohérente entre les intentions éducatives et les outils d'apprentissage déployés dans l'environnement scolaire ou universitaire.

L'éducation entrepreneuriale se révèle ainsi un pilier incontournable dans la construction d'une culture d'entreprise ancrée à l'échelle nationale. Bien au-delà du simple encouragement à entreprendre, elle participe activement à la revalorisation de l'image de l'entrepreneur et à la reconnaissance de son rôle central dans la vie économique et sociale. (FAYOLLE, 2007, p. 122)

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

Notre attention se porte plus particulièrement sur l'éducation entrepreneuriale, c'est-à-dire la formation et la sensibilisation à l'esprit d'entreprise, lesquelles poursuivent au moins deux finalités complémentaires. La première est de nature entrepreneuriale, articulée autour de l'acquisition des fondements conceptuels et pratiques de l'entrepreneuriat. La seconde relève de l'insertion socioprofessionnelle : il s'agit de diffuser l'esprit entrepreneurial et de préparer l'étudiant à s'intégrer dans la société en tant qu'acteur économique autonome, capable de générer des revenus suffisants et de s'y tailler une place de choix. En définitive, ces objectifs gravitent autour de l'individu et du processus entrepreneurial, dont les retombées se font sentir sur l'ensemble de l'environnement socioéconomique.

L'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des établissements supérieurs ne se limite pas à la transmission de savoirs techniques ; il vise la transformation profonde des aspirations des étudiants.

1. Les finalités de la formation en gestion (Saporta & Verstraete)

Selon **Saporta et Verstraete (2000)**, les programmes académiques dédiés à l'entrepreneuriat s'articulent autour de deux axes majeurs :

- **Le soutien à l'action entrepreneuriale** : Préparer des cadres capables d'accompagner les créateurs dans la conception, le déploiement et le pilotage opérationnel de leurs projets.
- **L'éveil des aptitudes intrinsèques** : Stimuler des compétences transversales telles que la vision stratégique, l'anticipation et la créativité. Il s'agit ici de favoriser l'émergence d'un esprit d'entreprise capable de traduire une idée abstraite en gestion quotidienne concrète.

2. L'enseignement comme levier de la culture entrepreneuriale

L'éducation entrepreneuriale est un vecteur essentiel pour forger ce que **Gasse (1982)** définit comme la volonté permanente de mobiliser des ressources pour concrétiser des initiatives. Au-delà des compétences, elle joue un rôle sociologique en :

- **Promouvant l'image du créateur** : Valoriser la fonction sociale de l'entrepreneur.

- **Sensibilisant au passage à l'acte** : Agir comme un catalyseur qui transforme l'intérêt théorique en une intention réelle de création d'entreprise.

3. Théories et dimensions de l'intention entrepreneuriale

L'intention est largement reconnue comme le prédicteur le plus fiable du comportement entrepreneurial. Plusieurs auteurs en précisent les contours :

- **Une volonté délibérée** : Pour **Fayolle (2002)**, elle représente un dessein conscient et une inclination à adopter un comportement entrepreneurial.
- **Un processus cognitif situé** : **Tounes (2003)** souligne que si l'intention est un acte de pensée individuel, elle reste tributaire de l'environnement socio-économique et de la perception que l'individu a de la faisabilité et de l'attractivité du projet.
- **Une dynamique évolutive** : **Moreau et Raveleau (2006)** décrivent l'intention comme un processus non linéaire. Elle fluctue dans le temps à travers différentes phases (développement, maintien ou déclin), constituant ainsi un "état de pensée en mouvement".

7-La relation entre l'enseignement de l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale

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

La formation à l'entrepreneuriat exerce une influence déterminante sur la genèse des intentions entrepreneuriales, fonctionnant comme un catalyseur qui oriente les individus vers la voie de la création d'entreprise ».

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

Selon TOUNES (2003), « l'intention est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif mais elle est fonction des contextes socioculturel et économique ». Et qui exige une perception à la fois de la faisabilité et de la désirabilité du comportement entrepreneurial. L'intensité de l'intention peut varier considérablement avec le temps.

Au terme de leur Recherche, MOREAU et RAVELEAU (2006) définissent l'intention entrepreneuriale comme un processus non linéaire, composé de séquences : formation, développement, maintien, déclin et

aboutissement. Les variables se différencient selon la phase étudiée. Les auteurs montrent qu'une intention peut connaître des évolutions différentes d'une personne à l'autre et « que c'est un état de pensée en mouvement qui s'étire sur un laps de temps ». Elle est donc une condition nécessaire au passage à l'acte entrepreneurial.

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

- **Corrélation entre formation et intention : Le modèle d'Ajzen**

De nombreuses études confirment l'impact positif des dispositifs pédagogiques sur la volonté d'entreprendre. **Hernandez (1991)** note d'ailleurs que cette volonté est le moteur initial de la recherche d'information et de l'organisation des ressources.

Dans cette perspective, le modèle de **Tounes (2006)** segmente le parcours vers la création en quatre paliers : la propension, l'intention, la décision, et enfin l'acte. Ce cheminement est largement influencé par les trois piliers de la **Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991)** :

1. **L'attitude envers le comportement** : La perception des avantages ou des conséquences découlant de la création d'entreprise.
2. **Les normes subjectives** : L'influence et la pression exercées par l'entourage social (famille, pairs) sur le choix de carrière.
3. **Le contrôle comportemental perçu** : Le sentiment d'auto-efficacité, c'est-à-dire la confiance de l'individu en ses capacités à réunir les ressources et compétences nécessaires pour réussir.

8– Méthodes et Matériels

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

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

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

Table 2. Echantillon d'étude

Etat des questionnaires	Effectif des étudiants de l'échantillon d'étude	Taux %
--------------------------------	--	---------------

Récupérés	145	90,62 %
Non récupérés	15	93,75 %
Distribués	160	100%
Exploitable	140	87,50%
Non exploitable	05	03,12%
Total	160	100%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain

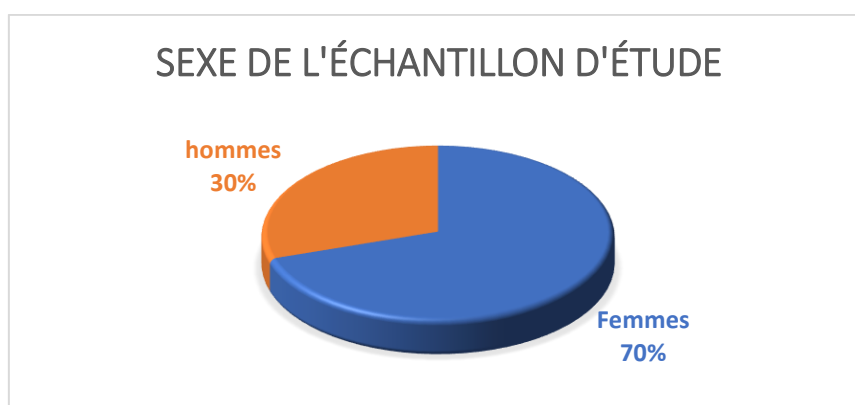
9- Résultats et Discussion

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

- Le sexe

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

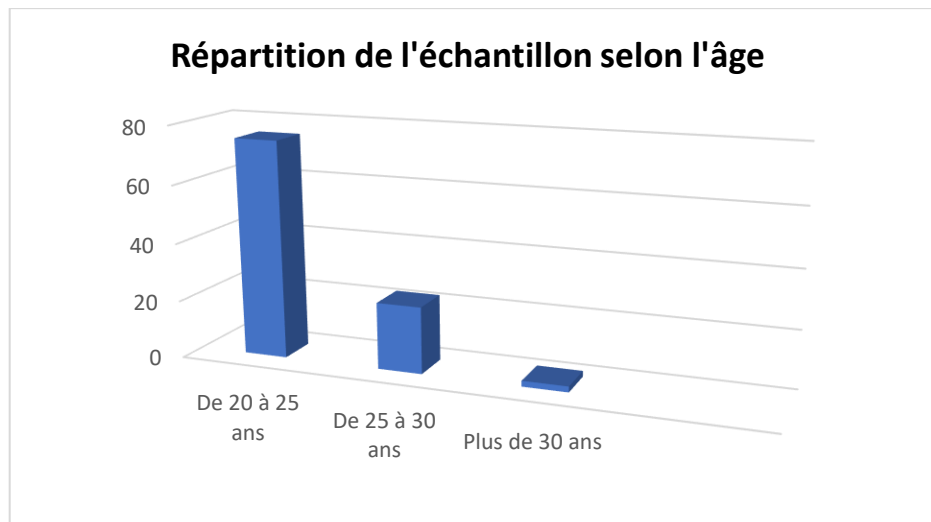
Fig 1. Sexe de l'échantillon d'étude



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

- L'âge

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



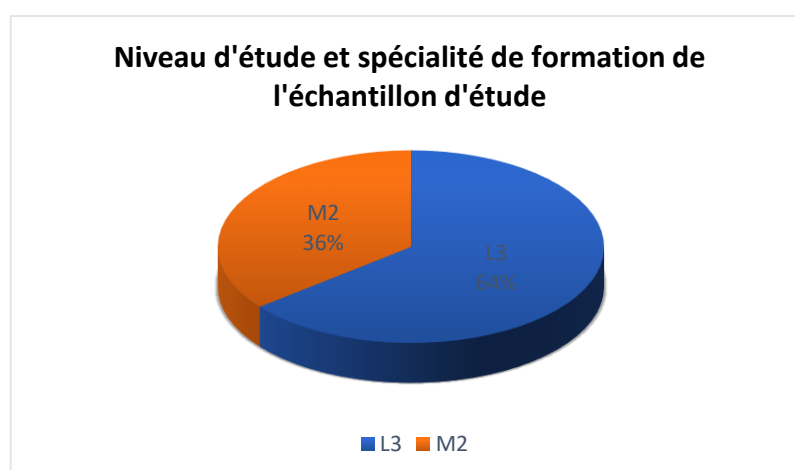
Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

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

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

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



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

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

Table 3. Répartition de l'esprit d'entreprendre à travers la formation entrepreneuriale

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

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

Table 4. Répartition du degré d'entreprendre

Question	Envie d'entreprendre		Neutre		Pas du tout envie		Total
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	
L3	60	64,51 %	15	60%	5	71,42 %	80
M2	33	45,48 %	10	40%	2	28,57 %	45
Total	93	100%	25	100%	7	100%	125

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

Table 5. Influence des modules dispensés sur l'acte d'entreprendre

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

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

Table 6. Répartition de l'échantillon d'étude selon l'intention de créer une entreprise

Question	Oui		Non		Je ne sais pas		Total
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	
L3	45	61,64%	30	66,66%	15	68,18%	90
M2	28	38,35%	15	33,33%	7	31,81%	50
Total	73	100%	45	100%	22	100%	140

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

Table 7. Motivations d'entreprendre

L'intention de créer votre propre entreprise est motivée pour ?	L3		M2	
	Effectif	%	Effectif	%
Existence de modèles d'entrepreneur	25	55,55%	16	57,14%
Enseignements spécifiques de la création d'entreprise	4	08,88%	3	10,71%
Expériences de travail, de stages dans une entreprise	5	11,11%	3	10,71%

Les démarches administratives	3	06,66%	2	07,14%
Les opportunités disponibles	3	06,66%	2	07,14%
Existence d'organismes permettant de vous accompagner dans votre projet	5	11,11%	2	07,14%
Total	45	100%	28	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

L'idée de créer sa propre entreprise est motivée par la majorité des étudiants en L3 et M2 par l'existence de modèles d'entrepreneurs qui ont déjà suivi le même parcours et qui ont réussi. D'autres facteurs influencent aussi d'une manière positive il s'agit notamment des enseignements spécifiques de création d'entreprise, des opportunités disponibles en matière financière et fiscale et aussi l'existence de certains organismes d'accompagnement du jeune investisseur.

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

Table 8. Degré de désirabilité de créer son entreprise

Question	Pas du tout satisfait		Peu Satisfait		Satisfait		Très satisfait		Neutre	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
L3	5	83,33%	2	40%	2	40%	35	63,63%	1	50%
M2	1	16,66%	3	60	3	60%	20	36,36%	1	50%
Total	6	100%	5	100%	5	100%	55	100%	2	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

Axe N°04 : Etude de la faisabilité

Table 9. Degré de l'influence de l'entourage sur la création d'entreprises

Question	Très faible		Faible		Moyenne		Forte		Très forte	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
L3	5	55,55	5	71,42%	3	60%	22	64,70%	5	38,46
M2	4	44,44%	2	28,54%	2	40%	12	35,29%	8	61,53 %
Total	9	100%	7	100%	5	100%	34	100%	13	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain.

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

leur projet, pourquoi pas nous ? C'est pour cela que nous avons fait ressortir de cette étude que la majorité des étudiants questionnés sont influencés d'une manière forte.

10- Conclusion:

Au terme de cette étude, il nous est permis d'affirmer que l'entrepreneur occupe une position centrale et irremplaçable dans la dynamique de développement socioéconomique, en tant qu'instigateur d'innovations et d'architecte de nouvelles stratégies de croissance. Il incarne un profil singulier, alliant créativité, sens des opportunités, goût du défi et disposition assumée à l'acceptation du risque calculé.

Dans cette optique, l'intention entrepreneuriale représente le véritable point d'amorçage du processus entrepreneurial. Elle cristallise la détermination des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles ce qui confirme la deuxième hypothèse de notre travail.

L'université algérienne est appelée aujourd'hui à repenser et renforcer ses dispositifs de formation pour mieux sensibiliser, outiller et accompagner les étudiants dans leurs démarches de création d'entreprise, afin de les amener créer de leurs propres entreprises car s'il existe une forte intention de création chez les étudiants, l'entrepreneuriat en générale et la création des entreprises en particulier, reste encore modeste.

La formation entrepreneuriale constitue un vecteur privilégié de transmission du savoir, agissant en profondeur sur les valeurs, les attitudes et les motivations des apprenants. Elle les encourage à embrasser le risque mesuré comme condition nécessaire à l'émergence d'organisations innovantes et créatrices de valeur ajoutée, contribuant ainsi au développement économique global, ce qui confirme notre première hypothèse.

La recherche en entrepreneuriat et les réflexions pédagogiques qui l'accompagnent sont en pleine effervescence. Il devient dès lors impératif de renforcer l'efficacité du dispositif universitaire en matière de sensibilisation, de formation et d'encadrement des jeunes porteurs de projets innovants. L'effort doit être concentré prioritairement sur la transformation des attitudes vis-à-vis de la création d'entreprise, le renforcement des aptitudes entrepreneuriales, et l'intensification de l'intention des étudiants à convertir leurs aspirations en comportements concrets et performants.

- Références bibliographiques

1. ALLAOUA. S, (2019), « Evaluation de l'enseignement de l'entrepreneuriat et sa contribution au développement de l'intention entrepreneurial des étudiants « cas d'université d'Oran2 », Revue les cahiers du poidex, numéro 09 /juin 2018 ; p70.

2. BECHARD. J.-P. (1998), L'enseignement en entrepreneurship à travers le monde : validation d'une typologie, *Management International*, 3(1), p. 25-34.
3. BELLACHE. Kh: (2018), « Le rôle de l'université dans le développement de l'entrepreneuriat au Maroc : Cas d'INCO Scholar Incubateur universitaire d'entreprises sociales, l'Université de Rennes .p19.
4. BERRADA.J, TAGI A. "Caractéristiques démographiques et intention entrepreneuriale : cas des étudiants marocains.". *Revue africaine de management* [En ligne]. 2017. Vol. 2, n°2, p. 206-219.
5. BOURGET. P, (1885), « Essai de psychologie contemporaine », Le Merre, Paris, p. 175.
6. FAYOLLE.A. (2000), L'enseignement de l'entrepreneuriat dans le système éducatif supérieur français : un regard sur la situation actuelle, dans Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat, *Gestion* 2000, mai-juin, p188.
7. FAYOLLE.A. (2007), L'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société, dans « l'art d'entreprendre », les Echos Edition, Paris
8. FAYOLLE. A (2011). « Enseignez, enseignez l'entrepreneuriat, il en restera toujours quelque chose », *Entreprendre & Innover* 2011/3 (n° 11-12), p. 147-158
9. FILION, L.J. (1991), « Vision et relations : éléments pour un méta-modèle entrepreneurial », *International Small Business Journal*, vol. 9, n ° 2, janvier, p. 26-40
10. FILION L.J, (2005), *Réaliser son projet d'entreprise*, Collection *Entreprendre*, (ed), Histoire d'entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat, Paris, *Management et Société*, P 251-62.
11. GASSE. Y. (1982), *Elaboration on the psychology of the entrepreneurs*. In Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.H. (eds), *Encyclopaedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs NJ, Prentice.
12. GIBB A. (1999), Can We Build Effective Entrepreneurship Through Management Development? *Journal of General Management*, summer, 24(4), p1-21.
13. HERNANDEZ, E.-M. (1999), L'entrepreneuriat comme processus, *Revue International P ME*, 8(1), 187-206
14. LAUKKANEN. M, (2000), "Exploring Alternative Approaches in High Level Entrepreneurship Education: Creating Micro-Mechanisms for Endogenous Regional Growth", *Entrepreneurship and Regional Development*, n° 12, pp. 25-47
15. NEUNREUTHER. B, (1979), « Les possibilités et les limites de la formation dans le domaine de la création d'entreprise », *Enseignement et Gestion*, n° 11, Automne, pp. 7-13.
16. OMRANE.A, FAYOLLE.A, ZERIBI BEN SLIMANE. O, (2011), « Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial, une approche dynamique », la revue des sciences de gestion, *CAIRN.INFO* 2011/5 n°25, France, p.92

17. OUKACI. M, (2019), « Analyse multidimensionnelle des caractéristiques des entrepreneurs en Algérie", 11ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, université de Montpellier, France, p 2.
18. RIES. J, (2006), "Une typologie des entrepreneurs luxembourgeois", Cahier économique N°103, Luxembourg, P.6
19. SAPORTA.B. et VERSTRAETE. T. (2000), Réflexions sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en science de gestion des universités françaises, dans Dossier l'enseignement de l'entrepreneuriat, Gestion 2000, mai-juin,
20. TOUNES. A (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », La Revue des Sciences de Gestion 2006/3 (n°219), p. 57-65.

Authors: Mekhmoukh Sakina

- Annexes :

Questionnaire de l'enquête

A/ Informations générales sur l'étudiant :

1- **Sexe** : Masculin ☐ Féminin ☐

2- **Âges** : moins de 20 ans ☐ de 20 à 25 ans ☐ de 25 à 30 ans ☐ 30 ans et plus ☐

3- **Spécialité** : Entrepreneuriat ☐

4- **Niveau d'étude** : L3 ☐ M2 ☐

B/ Esprit entrepreneurial et intention d'entreprendre :

6- Votre université vous a-t-elle inculquer l'esprit d'entreprendre à travers la formation entrepreneuriale dispensée ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui ; est ce que vous avez un :

- Envie d'entreprendre ☐

- Neutre ☐

- Pas du tout envie ☐

7- Les modules dispensés comportent ils de la matière afin d'entreprendre ?

Oui ☐ Non ☐

8- Dans ce cas avez-vous l'intention de créer votre propre entreprise ?

Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas ☐

Si oui, l'intention de créer votre entreprise est-elle ?

Très faible ☐ Faible ☐ Moyenne ☐ Forte ☐ Très forte ☐

09- La concrétisation de votre projet, prendra-t-il effet :

Pendant les études ☐

Après l'obtention du diplôme ☐

Ne prendra Jamais effet ☐

10- L'intention de créer votre propre entreprise est motivée pour ?

- Ne pas dépendre d'un chef hiérarchique ☐

- Concrétiser un rêve ☐

- Apporter de nouvelles idées ☐

- Eviter la question du chômage ☐

- Être responsable ☐

- Avoir une situation matrimoniale satisfaisante ☐

- Autre ☐

C/ Etude de la désirabilité du projet de création d'entreprises :

11- Etes-vous satisfait par l'idée de créer une entreprise ?

Pas du tout satisfait		Peu Satisfait		Satisfait		Très satisfait		Neutre	
-----------------------	--	---------------	--	-----------	--	----------------	--	--------	--

12- Etes-vous attiré(e) par la création ?

Authors: Mekhmoukh Sakina

Pas du tout attiré(e)		Pas attiré(e)		Attiré (e)		Très attiré (e)		Neutre	
-----------------------	--	---------------	--	------------	--	-----------------	--	--------	--

13- Souhaitez -vous créer une entreprise ?

1	Pas du tout d'accord	
2	Pas d'accord	
3	D'accord	
4	Très d'accord	
5	Neutre	

14- Quel est le degré d'influence de la formation que vous avez suivi ?

1	Très faible	
2	Faible	
3	Moyen	
4	Fort	
5	Très fort	

15-Votre projet sera implanté ?

1	Hors wilaya	
2	Dans la wilaya de résidence	
3	A l'étranger	

16- Dans quel secteur d'activité avez-vous l'intention d'entreprendre ?

1	Agriculture	
2	Services	
3	Industrie	
4	Commerce	
5	Autres	

17- Quels sont les facteurs qui vont influencer le développement de votre intention entrepreneuriale ?

- Existence de modèles d'entrepreneur ○
- Enseignements spécifiques de la création d'entreprise ○
- Expériences de travail, de stages dans une entreprise ○
- Les démarches administratives ○
- Les opportunités disponibles ○
- Existence d'organismes permettant de vous accompagner dans votre projet ○

Autre, précisez

.....

Authors: Mekhmoukh Sakina

D/ Etude de la faisabilité :

18- Y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui, qui sont ?

Famille ☐ Autre ☐

19- Quel est le degré d'influence ?

	Très faible	Faible	Moyenne	Forte	Très forte
Famille					
Autre					

20- En cas de création d'entreprise, vos moyens de financement principaux seront :

- Epargnes personnels ☐
- Epargnes familiales ☐
- Prêt bancaire ☐
- Dispositif d'aide à la création ☐

21- Etes-vous informés sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui, comment les mesurez –vous ?

Encourageant ☐ Décourageant ☐ Sans influence

22- Pensez-vous maîtriser personnellement le processus de création d'une entreprise ?

1	Pas du tout d'accord	
2	Pas d'accord	
3	Neutre	
4	D'accord	
5	Tout à fait d'accord	