



Le rôle de l'environnement universitaire dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants : Cas de l'Ecole Supérieure d'Economie (ESE) d'Oran

BOUTIBA Mokhtaria

Ecole Supérieure d'Economie ESE d'Oran
Laboratoire de recherche LAMAPE (ESEO),
mokhtaria.boutiba@ese-oran.dz

Résumé :

Cette étude vise à identifier la contribution de l'environnement universitaire dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algériens, en mettant l'accent sur le rôle de la formation académique et l'accompagnement des étudiants par l'Incubateur dans la stimulation de l'intention entrepreneuriale.

L'étude a été menée à travers un questionnaire auprès d'un échantillon de 100 étudiants au sein de l'Ecole supérieure d'économie d'Oran ESEO. La collecte de données et l'analyse des résultats ont été réalisées via le logiciel SPSS V27. Le test de fiabilité du modèle et la vérification de l'hypothèse de recherche ont été réalisés par le logiciel Smart PLS V 4.

On a conclu qu'il existe une influence positive de l'environnement universitaire sur l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'ESEO.

Mots clés : *développement, environnement universitaire, étudiant, Incubateur, , intention entrepreneuriale.*

The role of the university environment in the development of entrepreneurial intention among students: The case of Oran's Ecole Supérieure d'Economie (ESE)

Abstract:

This study aims to identify the contribution of the university environment in the development of entrepreneurial intention among Algerian students, focusing on the role of academic training and student support by the Incubator in stimulating entrepreneurial intention.

The study was carried out using a questionnaire with a sample of 100 students at the Ecole supérieure d'économie d'Oran ESEO. Data collection and results analysis were carried out using SPSS V27 software. Model reliability testing and verification of the research hypothesis were carried out using Smart PLS V 4 software.

It was concluded that there is a positive influence of the university environment on entrepreneurial intention among ESEO students.

Key words: *development, university environment, student, Incubator, entrepreneurial intention.*



Introduction

Aujourd'hui, de nombreux étudiants algériens sont attirés par l'idée de créer leur propre entreprise plutôt que de chercher un emploi traditionnel. Parallèlement, le domaine de l'entrepreneuriat est devenu multidisciplinaire, étudié et analysé par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, ainsi que des experts en sciences du comportement et en gestion. (Filion L. , 1997).

En raison de son importance, le développement de la culture entrepreneuriale chez les jeunes étudiants est devenu l'un des principaux objectifs de l'université. De nombreuses recherches ont émergé sur ce sujet. Cette tendance s'est accompagnée d'une intensification des efforts gouvernementaux pour la création d'entreprises. Les autorités nationales et régionales mettent en place des politiques et des stratégies visant à stimuler l'initiative privée et l'entrepreneuriat.

Cependant, un déficit en culture entrepreneuriale est notable. L'université demeure l'un des acteurs clés dans la promotion de cette culture auprès des jeunes étudiants. Étant donné que le marché du travail formel est saturé, la plupart des étudiants peinent à trouver des opportunités d'emploi. Il est donc crucial d'encourager l'entrepreneuriat pour mobiliser leur enthousiasme, leur énergie et leurs ambitions, afin de contribuer au développement économique. (Homida & Kacem, 2017)

L'intention entrepreneuriale des étudiants représente un enjeu stratégique pour l'université, mais également pour les autres parties prenantes (pouvoirs publics, entreprises, etc.). Des politiques d'accompagnement et d'appui à la création

d'entreprises sont mise en place pour encourager les étudiants de l'enseignement supérieur. L'étudiant algérien à son tour évalue son intérêt à poursuivre une carrière entrepreneuriale influencé par différents facteurs qui affectent son intention entrepreneuriale.

Dans cette perspective, cette étude vise à identifier la contribution de l'environnement universitaire dans le développement de l'intention entrepreneuriale, en mettant l'accent sur le rôle de la formation académique et l'accompagnement des étudiants par l'Incubateur dans la stimulation de l'intention entrepreneuriale.

Notre problématique de recherche s'articule autour de la question centrale suivante :

Est-ce que l'environnement universitaire contribue positivement au développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'ESEO ?

Pour y répondre à notre problématique, nous avons choisi de nous faire guider par l'hypothèse suivante :

- **H₀** : Il n'existe aucune relation significative entre l'environnement universitaire et l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'ESEO.
- **H₁** : Il existe une relation significative entre l'environnement universitaire et l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'ESEO.

Les variables clés de la recherche : Ce modèle de base montre que *l'intention entrepreneuriale* est une variable endogène, qui est équivalente à une variable dépendante latente qui ne peut pas être mesurée de façon directe. En revanche, *l'environnement académique* est une variable exogène représentant la variable indépendante latente.

La méthodologie de recherche : Dans le cadre de notre enquête empirique, nous avons élaboré un questionnaire



Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

destiné aux étudiants de cycle secondaire « Master » de l'ESEO. Ce questionnaire visait à explorer leurs intentions en matière d'entrepreneuriat. Après avoir obtenu l'approbation éthique nécessaire, nous avons distribué le questionnaire à un échantillon de 100 étudiants de différentes spécialités, durant la période de mois de Mai et mois d'Avril 2024. Les données collectées ont ensuite été analysées à l'aide de outils statistiques comme le SPSS V 25 et le Smart PLSV 4, afin de tester l'hypothèse de recherche et de tirer des conclusions pertinentes.

L'état de l'art : Dans un premier temps, nous passerons en revue les principaux travaux qui ont dominé le champ de l'intention entrepreneuriale. Ces fondements théoriques sont essentiels pour comprendre l'évolution des idées et des hypothèses qui ont guidé les recherches jusqu'à ce jour.

L'objectif de l'étude de (Tounes, 2006) « L'intention entrepreneuriale des étudiants » est d'Analyser le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants en formation et comprendre l'influence des variables psychologiques, socioculturelles et économiques sur cette intention. L'étude a conclu que La formation en entrepreneuriat impacte positivement l'intention entrepreneuriale des étudiants, tout comme le soutien social perçu et les opportunités économiques.

Les chercheurs (Belattaf & Nasroun, 2013) , dans leur thèse de doctorat « Entrepreneuriat et création d'entreprises.Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise » .Ils ont abordé le facteur « niveau d'instruction des entrepreneurs » comme un déterminant principal. Une enquête est menée auprès 58 entrepreneurs, les résultats obtenus sont comme suit. Les études et formations suivies

ont également une influence sur le choix du secteur d'activité. Outre le savoir, les études apportent prestige, savoir-faire et accès à un nombre de réseaux informels.

L'étude de (Amari & Boudabbous, 2014) « L'impact des facteurs économiques sur l'intention entrepreneuriale » a pour objectif d'identifier l'influence des facteurs économiques sur l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires. Le résultat de cette étude confirme l'importance des facteurs économiques dans l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires.

L'objectif de (Laibyassaibi & Abadli, 2018) « L'intention entrepreneuriale chez les étudiants et la formation universitaire » est d'analyser les facteurs influençant l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires, en mettant l'accent sur la formation académique et l'accompagnement entrepreneurial. L'étude a conclu que les formations universitaires en entrepreneuriat, en collaboration avec la maison de l'entrepreneuriat, contribuent à la réussite des objectifs socio-économiques.

1. Cadre conceptuel de l'intention entrepreneuriale

Aujourd'hui, le domaine de l'entrepreneuriat est devenu multidisciplinaire, étudié et analysé par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, ainsi que des experts en sciences du comportement et en gestion. (Filion, 1997)

L'Entrepreneuriat se montre vital pour le dynamisme de l'économie, il permet de créer de la valeur ajoutée, et développer le potentiel créatif. Il est considéré comme un vecteur d'innovation mais également comme un puissant créateur d'emplois. En outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat



change d'un pays à un autre, il n'en demeure pas moins qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat et la croissance économique des nations.

1.1. L'entrepreneuriat

Le concept d'entrepreneuriat existe depuis de nombreuses années, mais l'atteinte d'une définition consensuelle reste particulièrement complexe en raison de sa multi dimensionnalité. Différents auteurs ont abordé l'entrepreneuriat sous des perspectives variées, mettant en lumière ses multiples facettes. Il apparaît donc pertinent de présenter certaines définitions clés afin de mieux saisir la nature et la portée de ce concept.

Dans la vision économiste notamment celle de (Vesper, 1984), « L'entrepreneuriat est le processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire ». Selon Vesper, l'entrepreneuriat est un processus dynamique visant la création de richesse, soulignant la dimension économique et le rôle stratégique de l'entrepreneur dans le développement et la croissance.

D'après (Fillon & Fayolle, 2006, p. 87) ,

« L'entrepreneuriat c'est 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. ».

Cette définition met en lumière le lien entre **cognition, intention et action**, confirmant que l'entrepreneuriat est un processus dynamique où la réflexion et la préparation

précèdent la mise en œuvre. Elle rejoint les travaux sur les intentions entrepreneuriales (Shapero, 1975) (Davidsson, 1995) qui considèrent l'intention comme une étape clé avant l'action entrepreneuriale.

Pour (Knight, 1921), l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques, d'où l'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée. Et plus tard, (Drucker, 1985) révisé sa position sur le fait que « l'entrepreneuriat consiste à prendre de risque » en parlant plutôt de l'entrepreneuriat intelligent qui consiste à ne pas prendre de risques.

Quant à (Lepers & Vaesken, 2020), l'entrepreneuriat consiste à comprendre comment, par qui et avec quelles conséquences les opportunités de créer des biens et des services sont concrétisées, exploitées et mises sur le marché.

L'intention entrepreneuriale est un élément central dans le domaine de l'entrepreneuriat qui offre une vision captivante des raisons qui poussent les individus à initier et gérer des entreprises. Elle examine les facteurs psychologiques, sociaux et culturels derrière la décision de se lancer dans des activités entrepreneuriales.

1.2. L'intention entrepreneuriale :

Dans le contexte de l'entrepreneuriat, l'intention entrepreneuriale a été définie de manière variée et enrichissante par divers auteurs.

(Shapero, 1975) a été l'un des premiers chercheurs à explorer le concept d'intention entrepreneuriale. Selon lui, l'intention entrepreneuriale correspond à la volonté psychologique de l'individu de s'engager dans un comportement entrepreneurial spécifique.



Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

(Davidsson, 1995) propose que l'intention entrepreneuriale implique une évaluation subjective des opportunités d'affaires, combinée à une évaluation de la capacité personnelle à poursuivre ces opportunités.

Pour (Fayolle, 2002), l'intention entrepreneuriale fait référence à une propension à entreprendre. Elle signifie un dessein délibéré, une volonté d'accomplir un acte ou de développer un comportement entrepreneurial. (NACHI & BOUDERSA, 2020)

En somme, à travers les diverses définitions des auteurs. L'intention entrepreneuriale renvoie à la volonté et à la disposition d'un individu à s'engager dans des initiatives entrepreneuriales, englobant ainsi la prise de décision et l'action en vue de créer, développer et gérer une entreprise, elle constitue un élément psychologique crucial, incitant l'individu à envisager et à poursuivre des opportunités entrepreneuriales.

I.3. La place de l'intention dans le processus entrepreneurial :

« L'intention entrepreneuriale est une phase majeure du processus de création d'entreprise subdivisée en quatre stades : la propension, l'intention, la décision et l'acte ». (Tounes, 2006, p. 58) .

- **Propension entrepreneuriale :** La première étape du processus se caractérise par une sensibilité à l'entrepreneuriat. Elle résulte d'une combinaison de traits de personnalité, de caractéristiques psychologiques, de réseaux sociaux personnels et professionnels, ainsi que d'expériences antérieures,

qui préparent l'individu à envisager une carrière entrepreneuriale.

- **Intention** : La deuxième phase se distingue par l'émergence d'une idée ou d'un projet d'affaires, plus ou moins formalisé, et par l'engagement personnel dans le processus de création. C'est à ce stade que l'aspiration entrepreneuriale commence à se concrétiser dans l'esprit de l'individu.
- **Décision** : La troisième étape correspond à la finalisation du projet entrepreneurial dans ses détails et à la mobilisation complète des ressources nécessaires (humaines, financières et logistiques) pour sa réalisation.
- **Acte entrepreneurial** : La dernière phase représente le passage à l'action, soit le démarrage effectif de l'activité entrepreneuriale et la mise sur le marché des premiers produits ou services.

Après avoir examiné les différentes phases du processus entrepreneurial, telles que la propension, l'intention et la décision, il est important de se pencher sur la phase cruciale du déclenchement. Le déclenchement représente le passage de l'intention à l'action entrepreneuriale concrète, marquant ainsi le véritable début de l'activité entrepreneuriale.

I.4. les facteurs influençants l'intention entrepreneuriale chez les étudiants :

L'intention entrepreneuriale des étudiants est influencée par une combinaison de facteurs académiques, socio-économiques et culturels, reflétant l'interaction de multiples déterminants qui incitent les jeunes à se lancer dans la création d'entreprise.



1.4.1. L'environnement universitaire :

Le niveau de qualification influence la perception de l'entrepreneuriat : pour les étudiants peu qualifiés, créer une entreprise peut apparaître comme une alternative à un emploi salarié peu attractif, tandis que les étudiants plus qualifiés sont mieux à même de saisir les opportunités de marché, notamment dans des secteurs à haute intensité technologique et à forte valeur ajoutée. (Capron, 2009)

▪ **La formation universitaire** constitue un dispositif essentiel d'accompagnement entrepreneurial, fournissant des ressources financières, sociales et cognitives (Ammache Chikh, 2022). Ces ressources incluent des connaissances tacites, acquises par socialisation familiale, et des connaissances formelles, acquises dans le cadre scolaire ou universitaire. (Boutillier, 2012)

▪ **Le centre de développement entrepreneurial (CDE)** offre aux étudiants porteurs de projets un soutien moral, des informations pratiques et un accompagnement pour concrétiser leurs initiatives entrepreneuriales (Laibyassaibi & Abadli, 2018)

▪ **Les incubateurs universitaires** soutiennent les porteurs de projets innovants et favorisent la diffusion d'une culture entrepreneuriale, permettant aux étudiants et diplômés de transformer leurs idées en entreprises concrètes. (Hamdi, 2004)

I.4.2. Le marché de l'emploi :

La pression du chômage et l'absence d'opportunités d'emploi traditionnelles peuvent constituer un catalyseur pour l'entrepreneuriat chez les jeunes, les incitant à créer leur propre entreprise pour relever des défis personnels et sociaux et poursuivre une vision de réussite individuelle. (Germe, 2007)

I.4.3. Besoin d'autonomie et indépendance financière :

L'autonomie, c'est-à-dire la capacité de prendre ses décisions et d'agir de manière indépendante, et l'indépendance financière, permettant de subvenir à ses besoins sans dépendre d'autrui, constituent des facteurs déterminants de la motivation entrepreneuriale. (Gabarret & Vedel, 2015)

En résumé, ces facteurs (environnement universitaire, marché de l'emploi, autonomie et indépendance financière) interagissent pour façonner l'intention entrepreneuriale des étudiants. Comprendre ces déterminants est crucial pour orienter les politiques et programmes visant à soutenir et encourager l'entrepreneuriat, en créant un environnement favorable à l'innovation et à l'épanouissement de la créativité des étudiants.

2. L'étude empirique

L'étude que nous proposons de réaliser est une étude quantitative fondée sur une enquête de terrain en utilisant un questionnaire comme un instrument de collecte des données. Cela nous conduit vers les facteurs influant sur l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algériens. Enfin pour répondre aussi bien que possible à notre question



Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

principale et tirer des conclusions pertinentes nous avons été intéressés par un échantillon d'étudiants sélectionnés.

2.1. la démarche méthodologique :

Nous avons basé sur une étude pratique pour répondre en partie sur la problématique à l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algériens. C'est pour cela qu'on a adopté la manière de l'étude de terrain en vue de collecter les données de la source même à l'aide d'un questionnaire élaboré par « Google Forms ». Nous avons choisi le questionnaire comme un outil principal de recueil d'informations qu'on va les analyser par la suite. La taille de l'échantillon est composée de 100 étudiants de l'ESEO.

Après avoir recueilli les données via un questionnaire, nous avons d'abord effectué une analyse descriptive à l'aide du logiciel SPSS V 25. Pour assurer la fiabilité de notre modèle, nous avons complété cette analyse en utilisant le logiciel Smart PLS V 4. Ce dernier nous a permis de traiter les données et de vérifier l'hypothèse formulée. Ensuite, nous avons réalisé une analyse descriptive des variables en employant des techniques de tri à plat. Les résultats obtenus ont été illustrés sous forme de graphiques, présentant les différents schémas accompagnés de leurs fréquences exprimées en valeurs ou en pourcentages. En parallèle, nous avons examiné les corrélations entre les variables du questionnaire, confirmant ainsi notre hypothèse de recherche.

2.2. Le test de fiabilité et de cohérence interne :

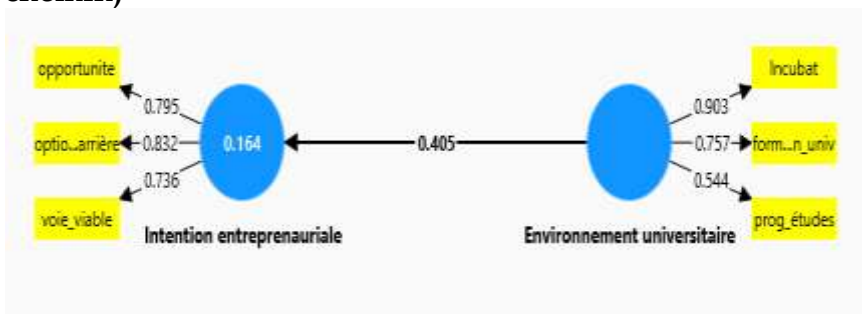
L'utilisation de la méthode PLS dans la modélisation revêt un intérêt significatif pour tester le modèle structurel de

notre recherche. La méthode PLS permet d'estimer les liens causaux entre des groupes de variables. Son programme consiste en la vérification et l'estimation, comprenant deux parties : la première est la vérification du modèle, la deuxième est la vérification du modèle structurel. Afin d'obtenir un modèle structurel pertinent, il est recommandé de suivre les étapes préconisées par Hulland (1999) : vérification de la fiabilité, du coefficient R2 et du F2 de Cohen.

2.2.1. La cohérence interne et la fiabilité du modèle de recherche

Après l'application de la méthode Algorithme, le modèle structurel permet de tester la significativité statistique des coefficients de chemin dans ce modèle.

Figure 01: cohérence interne du modèle (coefficients de chemin)



Source : Généré par le logiciel SmartPLS

Les résultats révèlent que les cinq variables présentent des charges significatives et positives sur le construit latent de l'intention entrepreneuriale, suggérant ainsi que toutes ces



Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

variables jouent un rôle important dans la prédiction de l'intention entrepreneuriale.

Tableau 01: Fiabilité des construits

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Environnement universitaire	0,689	0,854	0,787	0,562
Intention entrepreneuriale	0,698	0,712	0,831	0,622

Source : Elaboré par le logiciel SmartPLS

L'environnement universitaire affiche un coefficient de composite reliability 0,831, tandis que l'intention entrepreneuriale enregistre un coefficient de de composite reliability 0,787, ce que rapproche de 0,7 seuil de fiabilité acceptable. Ces résultats confirment une fiabilité satisfaisante, étant donné que tous les coefficients dépassent la valeur minimale recommandée de 0,7.

Le coefficient Average Variance Extracted (AVE) mesure la variance moyenne extraite par les items du questionnaire. L'intention entrepreneuriale affiche le coefficient le plus élevé, avec 0,622, suivi par l'environnement universitaire présente le coefficient 0,562. Ces résultats confirment une validité convergente satisfaisante, étant donné que tous les coefficients dépassent la valeur minimale recommandée de 0,5.

2.2.2. La validation du modèle structurel :

Pour valider le modèle structurel à l'aide de la méthode PLS, il est impératif d'analyser les coefficients de détermination R² de la variable dépendante, qui évalue l'intention entrepreneuriale, et Le F² de Cohen pour évaluer l'impact de

chaque variable dans le modèle. Cohen a catégorisé la taille de l'effet en petites ($F2 \geq 0,02$), moyennes ($F2 \geq 0,15$) ou grandes ($F2 \geq 0,35$).

Tableau 02: Coefficient R2

	R-square	R-square adjusted
Intention entrepreneuriale	0.164	0.155

Source : Elaboré par le logiciel SmartPLS

Le coefficient de détermination R2 pour la variable dépendante (qui mesure l'intention entrepreneuriale) indique que la variable indépendante « Environnement universitaire » explique 15,5% de la variation de l'intention entrepreneuriale.

Tableau 03: F2 de Cohen

	Environnement universitaire	Intention entrepreneuriale
Environnement universitaire		0.196
Intention entrepreneuriale		

Source : Elaboré par le logiciel SmartPLS

Dans cette étude, nous examinons les valeurs de F2 pour évaluer l'impact de la variable indépendante sur l'intention entrepreneuriale. L'analyse révèle que l'Environnement universitaire présente un F2 de 0,196, correspondant à un effet de moyenne taille selon la classification de Cohen.

2.3. Analyse et discussion des résultats

Dans cette section, nous examinerons le traitement et la discussion des résultats tirés du questionnaire en nous appuyant sur l'outil SPSS V 25 pour une discussion approfondie.



II.3.1. Analyse Statistiques :

Pour aborder notre problématique, nous débuterons par une analyse descriptive des aspects suivants.

Axe n°01 : Les renseignements généraux

Q1 : Quel est votre genre ?

Les résultats du tableau descriptif révèlent une forte prédominance féminine parmi les répondants, avec 74 % de femmes. Cette répartition souligne une caractéristique démographique marquante au sein de l'ESE d'Oran.

Tableau 04: Répartition de la population selon le Genre

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Homme	26	26,0	26,0	26,0
	Femme	74	74,0	74,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Source : Généré par le logiciel SPSS

Q 2. Quelle année d'études poursuivez-vous actuellement ?

L'analyse de la distribution des répondants selon leur niveau d'études montre que la majorité est inscrite en troisième année du second cycle, représentant 45 % de l'échantillon. Ils sont suivis par les étudiants de deuxième année (30 %), tandis que ceux de première année du second cycle constituent 25 % du total.

Tableau 05: Répartition de la population selon le niveau d'études

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1ère année Master (Tronc commun)	25	25,0	25,0	25,0
	2ème année Master	30	30,0	30,0	55,0
	3ème année Master	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Source : Généré par le logiciel SPSS

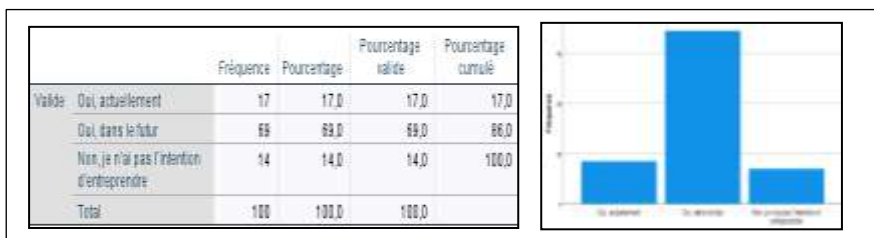
Q3. Quelle est votre spécialité d'études ?

La répartition des répondants selon leur spécialité révèle une diversité notable. En effet, 32 % sont inscrits en Économie des organisations, 24 % en Tronc commun, 17 % en Économie numérique, 11 % en Économie, finance et marchés, 9 % en Économie de l'énergie, de l'environnement et du développement durable, et enfin 7 % en Intelligence économique et stratégies concurrentielles. Cette distribution reflète la pluralité des parcours académiques au sein de l'échantillon étudié.

Axe n°02: L'intention entrepreneuriale :

Q 4. Avez-vous actuellement ou envisagez-vous dans le futur d'entreprendre, c'est-à-dire de créer votre propre entreprise ?

Figure 02 : Intention d'entreprendre chez les étudiants de l'ESEd'Oran



Source : Généré par le logiciel SPSS

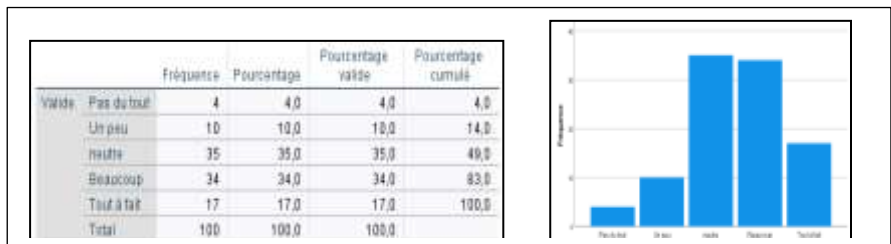


Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

L'enquête menée auprès de 100 étudiants révèle que 86 % manifestent une intention entrepreneuriale, dont 17 % à court terme et 69 % à long terme, traduisant un fort optimisme et une confiance en leurs capacités à créer une entreprise. En revanche, 14 % des répondants déclarent ne pas souhaiter entreprendre, privilégiant plutôt la stabilité de l'emploi salarié ou d'autres perspectives professionnelles mieux adaptées à leurs compétences et aspirations.

Q 5. Pensez-vous que devenir entrepreneur serait une voie plus viable que de chercher un emploi traditionnel en Algérie ?

Figure 03: Viabilité de l'entrepreneuriat comparée à l'emploi traditionnel en Algérie



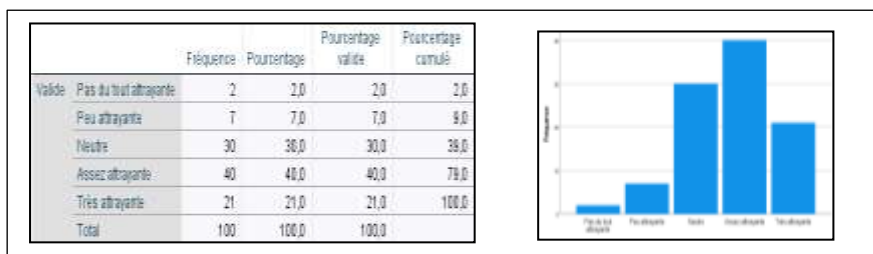
Source : Généré par le logiciel SPSS

L'analyse montre que la majorité des étudiants adoptent une position « neutre » quant à la viabilité de l'entrepreneuriat par rapport à l'emploi traditionnel, reflétant une certaine incertitude face aux avantages et aux risques des deux options. Toutefois, 51 % expriment une opinion favorable, traduisant une confiance marquée envers l'entrepreneuriat comme alternative attrayante, tandis que seuls 4 % rejettent cette voie. Ces résultats mettent en

évidence à la fois l'intérêt croissant pour l'entrepreneuriat et les obstacles perçus, soulignant l'importance de politiques et de dispositifs de soutien adaptés pour promouvoir un environnement entrepreneurial favorable en Algérie.

Q 6. Dans quelle mesure pensez-vous que l'entrepreneuriat est une option de carrière attrayante ?

Figure 04: Attrait de l'entrepreneuriat comme option de carrière



Source : Généré par le logiciel SPSS

Les résultats montrent une diversité de perceptions de l'entrepreneuriat : 61 % des répondants le jugent au moins « assez attrayant », tandis que 16 % le perçoivent comme peu ou pas du tout attrayant. Ces différences reflètent des motivations variées, allant de l'indépendance et de la réalisation d'idées personnelles aux préoccupations liées au risque et à l'incertitude, soulignant la pluralité des attitudes envers l'entrepreneuriat au sein de l'échantillon. Dans l'ensemble, cette analyse met en évidence la pluralité des attitudes envers l'entrepreneuriat et les motivations sous-jacentes qui façonnent ces perceptions.

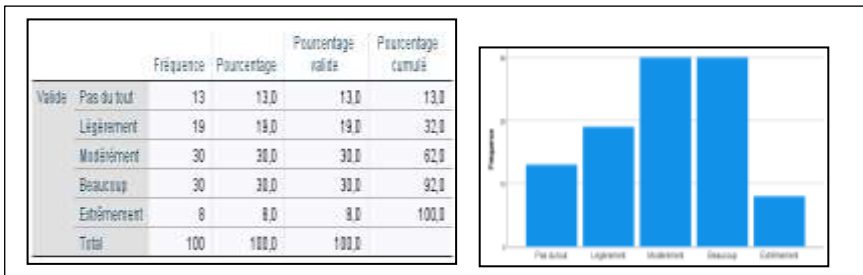


Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

Axe n°03 : Environnement universitaire :

Q 7 : *Pensez-vous que votre formation universitaire a permis à vous aider à développer vos capacités à devenir un entrepreneur réussi ?*

Figure 05: L'aide de la formation universitaire



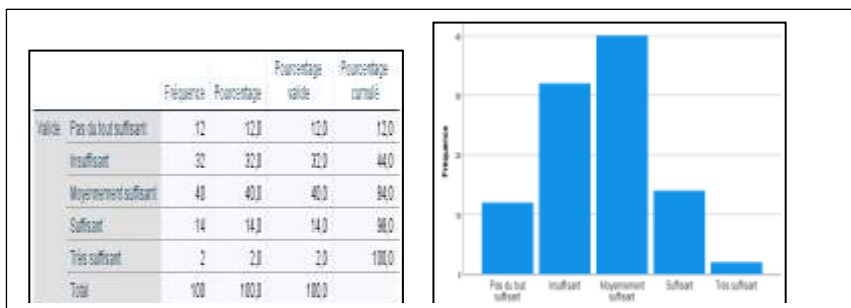
Source : Généré par le logiciel SPSS

La majorité des participants perçoivent l'effet de leur formation universitaire sur le développement des compétences entrepreneuriales comme modéré (30 %) ou très bénéfique (30 %). Un plus petit nombre juge cet impact limité, avec 19 % signalant un effet léger et 13 % aucun effet, tandis que seulement 8 % le considèrent comme extrêmement utile. Ces résultats montrent une variabilité des perceptions quant à l'efficacité de la formation, suggérant la nécessité d'examiner les facteurs sous-jacents et d'adapter les programmes universitaires pour mieux soutenir le développement des compétences entrepreneuriales.

Q 8. Pensez-vous que votre programme d'études actuel vous offre suffisamment d'opportunités pour développer des compétences entrepreneuriales ?

Le diagramme à barres montre que la majorité des étudiants juge les opportunités pour développer des compétences entrepreneuriales dans leur programme « moyennement suffisantes » (40 %), tandis que 32 % les considèrent « insuffisantes ». Seuls 14 % les trouvent « suffisantes », 12 % « pas du tout suffisantes », et un très petit nombre les estime « très suffisantes », reflétant une perception globale mitigée de l'efficacité du programme.

Figure 06: Perception des étudiants sur le développement des compétences entrepreneuriales leur programme d'études



Source : Généré par le logiciel SPSS

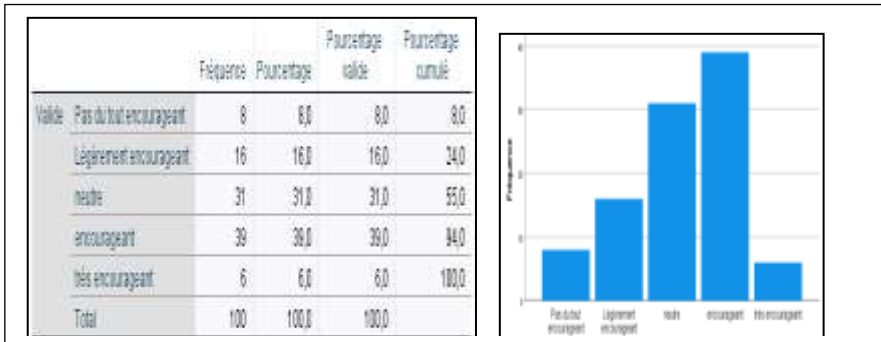
Cette répartition reflète une diversité d'opinions au sein de la population étudiante, soulignant ainsi la nécessité d'identifier les domaines où des améliorations sont nécessaires pour mieux répondre aux besoins des étudiants en matière de développement entrepreneurial.



Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

Q 9. Dans quelle mesure pensez-vous que la disponibilité de réseau de soutien au sein e l'école , l'incubateur encourage les étudiants à entreprendre ?

Figure 07: Encouragement des étudiants par le réseau de soutien de l'école CDE



Source : Généré par le logiciel SPSS

La majorité des répondants (39 %) perçoit la disponibilité des réseaux de soutien comme « encourageante », tandis que 31 % adoptent une position neutre et 16 % la jugent « légèrement encourageante ». Une minorité estime ces réseaux « très encourageants » (6 %), et 8 % les considèrent « pas du tout encourageants ». Ces résultats révèlent une diversité de perceptions quant à l'effet des réseaux de soutien sur l'encouragement à entreprendre, soulignant la nécessité d'optimiser ces dispositifs afin de mieux répondre aux besoins des étudiants entrepreneurs.

2.3.2. Test d'hypothèse de recherche

Tableau 05: L'hypothèse principale de recherche

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Environnement universitaire -> Intention entrepreneuriale	0.405	0.429	0.070	5.774	0.000

Source : Elaboré par le logiciel SmartPLS

Le tableau ci-dessus montre que les valeurs p sont inférieures à 0,05, confirmant ainsi l'hypothèse selon laquelle l'environnement universitaire exerce une influence positive sur le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants algériens. Cette relation est statistiquement significative.

Conclusion :

Pour stimuler l'entrepreneuriat dans un pays, il est essentiel de comprendre les motivations qui incitent les individus à créer leur propre entreprise. Au cœur de ce processus se situe l'intention entrepreneuriale, représentant le désir profond de devenir entrepreneur, façonnée par une multitude de facteurs individuels, sociaux et institutionnels.

Les travaux théoriques sur les déterminants de l'entrepreneuriat ont mis en évidence le rôle central de l'éducation dans la décision de se lancer dans la création d'entreprise. L'éducation influence le processus décisionnel par divers canaux : elle permet d'acquérir des connaissances, de développer des compétences managériales et de renforcer la confiance en soi, augmentant ainsi la probabilité de choix entrepreneuriaux.



L'environnement universitaire constitue un levier crucial pour préparer les étudiants à une carrière entrepreneuriale. Les institutions d'enseignement supérieur offrent un cadre propice à l'épanouissement des aspirations entrepreneuriales grâce à des initiatives telles que les maisons de l'entrepreneuriat, les incubateurs, les programmes de formation spécialisés, les concours entrepreneuriaux et les réseaux professionnels. Ces dispositifs créent un environnement favorable à l'exploration, au développement et à la concrétisation de projets entrepreneuriaux, tout en renforçant les compétences pratiques des étudiants et en les préparant aux exigences du monde des affaires.

Sur la base des résultats de notre étude, plusieurs recommandations peuvent être formulées pour renforcer le rôle de l'ESEO dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez ses étudiants:

- **Renforcer les programmes de formation entrepreneuriale**, incluant cours spécialisés, ateliers pratiques et études de cas réels.
- **Développer l'accompagnement par des incubateurs et CDE** avec un mentorat actif par des entrepreneurs expérimentés.
- **Multiplier les opportunités d'expérience pratique**, telles que concours et stages entrepreneuriaux.
- **Créer et renforcer les réseaux professionnels**, en facilitant les contacts avec des entrepreneurs, investisseurs et anciens étudiants.
- **Instaurer une culture entrepreneuriale au sein de l'école**, valorisant l'innovation, la prise d'initiative et la réussite entrepreneuriale des étudiants.

- **Soutenir les aspects financiers et institutionnels, via micro-financements, subventions et accompagnement administratif et juridique.**

En conclusion, l'intention entrepreneuriale des étudiants est un phénomène complexe et multidimensionnel, façonné par des facteurs variés et interconnectés. La mise en œuvre de ces recommandations permettrait de créer un environnement académique et institutionnel propice à l'innovation et à l'initiative, contribuant ainsi à former une génération d'entrepreneurs capables de transformer durablement le paysage économique et social de l'Algérie.

Bibliographie :

Books :

1. Boutillier, S. (2012). Le potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur.
2. Capron, H. (2009). Entrepreneuriat et création d'entreprises (éd. 1 ère). Paris: boeck.
3. Drucker, P. (1985). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. Harper & Row.
4. Fayolle, A. (2002). Entrepreneurship and new value creation: The role of intentions. Edward Elgar.
5. Filion, L. (1997). Le champs de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. HEC, Montréal.
6. Fillon, L., & Fayolle, A. (2006). Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils. Edition village Mondial.
7. Hamdi, H. (2004). rocessProcessus et essai d'évaluation en veille et en intelligence économique pour les TPE de Marseille Innovation. Université Paul Cezanne Aix-Marseille, France.



Soumission : 11/01/2025 Acceptation : 07/03/2025 Publication : 15/08/2025

8. Knight, F. (1921). *Risk, uncertainty, and profit*. Houghton Mifflin.
9. Laibyassaibi , S., & Abadli, R. (2018). L'intention entrepreneuriale chez les étudiants et la formation universitaire. *Algerian Scientific Journal Platform*, 11.
10. Lepers, P., & Vaesken, P. (2020). *Création d'entreprise*. Vuibert.

Articles:

11. Amari, F., & Boudabbous. (2014). L'impact des facteurs économiques sur l'intention entrepreneuriale. *La Revue Gestion et Organisation* 1-6, pp. 1-6.
12. Ammache Chikh, S. (2022, Juillet 24). Rôle des établissements de formation supérieure dans l'initiation. *revue etudes économiques* 6-2 pp54-68
13. Belattaf , M., & Nasroun, N. (2013). *Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*. Cairn.info(14), p. 91.
14. Davidsson, P. (1995). Entrepreneurial intentions and actions: A review of the research. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 27(1), pp. 45-57.
15. Homida, M., & Kacem, O. (2017). L'intention Entrepreneuriale Chez Les étudiants Universitaires Diplômés. *El Bahith Revue*, 17, pp. 147-160.
16. Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. (Prentice-Hall,.) *Encyclopedia of entrepreneurship*, pp. 406-425.
17. Gabarret, I., & Vedel, B. (2015, 01). *La Revue des Sciences de Gestion La Revue des Sciences de Gestion. Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale*, pp. 13-20.
18. Germe, J. (2007). *Marché du travail. Orientation et insertion professionnelle*, pp. 280-283.

19. Tounes, A. (2006, 3). L'intention Entrepreneuriale Des Étudiants : Le Cas Français. *La Revue des Sciences de Gestion*, p. 57 à 65.
20. Vesper, K. (1984). Entrepreneurship: A defined definition. *Journal of Business Venturing*, 1(1), pp. 7-20.