

L'université entrepreneuriale en Algérie. Cas des étudiants de l'université de Tlemcen.

Wassila Zerroki Epse Bouchenak (M.AA.Université de Tlemcen)
bouchenakwa@yahoo.fr

Yamina Grari MCA.Laboratoire MECAS.Université de Tlemcen)
grarimina@yahoo.fr

Résumé:

A l'instar des pays voisins, l'Université algérienne essaye d'intégrer un nouveau concept dans les universités algériennes afin d'aider les étudiants à trouver leur aventure dans le monde de l'entrepreneuriat et notamment la nécessité d'ancrer une culture entrepreneuriale en milieu universitaire.

La démarche de l'institution a consisté à mettre en place des activités de formation, de recherche et de services faisant appel aux professeurs et étudiants de toutes les disciplines tout en suscitant des collaborations avec les entreprises et les organisations du milieu.

Cette étude explique la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants de l'université de Tlemcen toute discipline suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat. Nous nous intéressons à comprendre dans quelle mesure des programmes ou des formations en entrepreneuriat, parmi des variables personnelles et contextuelles, agissant sur l'intention entrepreneuriale des étudiants.

Les mots clés : Entrepreneuriat, Université, Intention, Comportement

Introduction:

A partir d'une analyse de littérature, on a constaté que plusieurs facteurs ont de fortes implications sur la recherche entrepreneuriale.

Au milieu de cette réflexion d'autres approches émergentes ont vu le jour, la plus importante celle de l'économiste Shumpeter qui a associé l'entrepreneuriat à l'innovation.

Knight, associe l'entrepreneuriat à la prise de risque; Hayek à la situation de marché; Liebenstein à l'efficacité; Andrew et Penrose à la firme; Williamson à l'agence et Coase aux coûts de transaction, ce qui implique que le domaine de l'entrepreneuriat est associé à plusieurs usages, Sexton D.L se demandait en 1985 si le domaine était en train de s'épanouir ou de s'étendre.

Dans un environnement en perpétuel changement, marqué par des crises économiques surtout celles des années 70 et 80 où la plupart des politiques économiques étaient de caractère social, et la plupart d'entre elles ont été remises en cause surtout lorsqu'il s'agit des interventions étatiques d'inspiration keynésiennes.

A partir de là on a commencé à s'intéresser de près au facteur humain. Cette crise avec ces changements est devenue un des facteurs les plus puissants qui incite à la création d'entreprise et pousse les partenaires économiques et politiques à mettre en place des mesures d'aides et d'incitation (Le Van Lemesle, 1988, p18).

L'entrepreneuriat est donc apparu, comme une des solutions à cette crise. Élément clé du développement économique, il est un moteur de croissance et un contributeur décisif pour la création d'emplois et la lutte contre le chômage.

Ainsi, les recherches sur l'entrepreneuriat se sont multipliées. L'entrepreneuriat est considéré comme une science à part entière (Saporta, 2003). Mais aussi comme une discipline dont les connaissances peuvent être transférables à travers le développement de l'esprit d'entreprise surtout chez les individus (Drucker, 1984. Gartner et Vesper, 1994. Fiet, 2001. Vesper et Gartner, 1997. Solomon, Duffy et Tarabishy, 2002).

L'Entrepreneuriat : « est une discipline et comme toute discipline, elle peut être apprise » (Drucker, 1985). Partant de cette définition, l'attention doit être portée sur l'enseignement de l'entrepreneuriat, notamment en milieu universitaire.

En d'autres termes il s'agit de revoir la conception de la formation académique en vue de passer à une « université entrepreneuriale ».

L'objectif de cette présente contribution est de mener une réflexion sur l'enseignement de l'entrepreneuriat, et les différentes méthodes d'enseignement à travers une analyse d'écrits dans le domaine.

L'émergence du concept « Université entrepreneurial » :

L'université entrepreneuriale nouveau concept présenté en 1998 par l'écrivain Burton Clark (1). Il l'introduit après avoir fait une étude concernant cinq universités européennes (2), et comme résultat il obtient que : « pour être entrepreneuriale, une université doit avoir une culture d'organisation propice à l'esprit d'entreprise. Et en particulier accepter volontier la prise de risque. »

Etzkowitz et Al (2000) : « l'université qui portera le caractère d'université entrepreneuriale contribue au développement économique dans le cadre de sa troisième mission après l'enseignement et la recherche. »

Ces deux auteurs font référence à la naissance d'une importante relation entre l'université, l'entreprise et le pouvoir (le modèle de la triple hélice).

Kwiek (2001), voit que la transformation de l'université est incontournable que ce soit pour les pays développés ou en voie de développement.

RAJHI (2011), Kwiek a distingué deux types de forces qui régissent la transformation de l'université.

1. Des forces anciennes : « la pression gouvernementale et publique pour l'assurance de la qualité. »
2. Des forces nouvelles : « de nouvelles formes d'enseignement, TIC, de nouvelles exigences sociales de changement pour augmenter l'employabilité des jeunes... » ont conduit à une nouvelle vision du rôle de l'université dans l'entrepreneuriat et le développement de l'esprit entrepreneurial.

L'intention entrepreneuriale des étudiants :

L'intention est d'autant plus forte que la création d'entreprise, ou plus généralement l'acte entrepreneurial, est perçue comme une action désirable et faisable. La désirabilité, selon l'acception de Shapero, reflète le degré d'attrait qu'un individu perçoit envers la création d'une entreprise. Ajzen fait référence, quant à lui, à l'attitude plus ou moins favorable qu'à une personne face à ce choix. La faisabilité entrepreneuriale fait référence au degré avec lequel l'individu pense pouvoir mener à bien la création d'une entreprise. Le concept de faisabilité entrepreneuriale fait référence aux travaux de Shapero. Ajzen, dans sa théorie du comportement planifié, parle, quant à lui, de contrôle perçu. Ces deux notions sont donc très proches. Désirabilité (attrait) et faisabilité (capacité) s'expliquent par les croyances que la personne a sur le monde qui l'entoure. Si l'on adapte les propositions de Ajzen au domaine de l'entrepreneuriat, il ressort que l'attitude d'un étudiant envers la création d'une entreprise reposerait sur ses valeurs professionnelles (i.e. les caractéristiques professionnelles qu'il valorise) et sa vision de l'entrepreneuriat (i.e. les besoins qu'il juge satisfait par l'acte entrepreneurial). Quant à la faisabilité, elle dépendrait de la confiance de l'étudiant en sa capacité à mener à bien les tâches jugées critiques pour la réussite d'un processus entrepreneurial., on peut noter que l'intention entrepreneuriale est déterminée par la désirabilité de cet acte et par la capacité perçue. Pour Tounès (2007), l'intention est le résultat d'un long processus dicté par les actions et les motivations des étudiants. Kolvereid (1996), étudiant un échantillon d'une centaine d'étudiants norvégiens en école de commerce, montre que l'intention de créer son entreprise est significativement corrélée avec les attitudes comportementales, les normes sociales et le contrôle comportemental perçu. Ces deux derniers ont plus d'effet sur l'intention que les premières. Les variables sociodémographiques individuelles n'ont pas d'impact significatif sur l'intention, bien qu'elles soient corrélées avec les normes sociales et le contrôle perçu.

Krueger et al. (2000) ont appliqué le modèle d'Ajzen sur le choix de carrière d'une centaine d'anciens élèves d'école de commerce aux Etats-Unis. Analysant la faisabilité perçue et les attitudes qui déterminent significativement l'intention, ils ont abouti aux mêmes résultats que celui de Kolvereid, à savoir que la faisabilité a plus d'effet sur l'intention que les attitudes comportementales.

Etude empirique :

Le questionnaire a été administré à 603 étudiants de l'université de Tlemcen de différentes formations.

Des échelles de Likert à 5 positions ont été utilisées pour mesurer l'intention, la désirabilité et la faisabilité perçue ainsi que leurs croyances. Elles sont décrites ci-dessous.

L'intention a été mesurée en tenant compte de l'alternative professionnelle : salariat / entrepreneuriat .

La désirabilité représente le degré d'attrait qu'une personne ressent envers la création d'une entreprise.

La faisabilité perçue fait référence au degré avec lequel un étudiant pense pouvoir mener à bien la création d'une entreprise.

Pour la mesure des croyances, décrivant les diverses caractéristiques de la vie professionnelle Kolvereid (1996).

Les résultats confirment le rôle positif que peut jouer l'université dans la formations des jeunes entrepreneurs dans le cadre de la conception de l'apprentissage et de l'enseignement. Puisque la totalité des étudiants questionnés sont inéressé à cette idée.

Pour évaluer le niveau de désirabilité des étudiants il faut partir du principe de sa faisabilité , tout en sachant que les étudiants peuvent créer leurs entreprises et doivent avoir confiance en soi .L'attitude des étudiants changent en fonction de l'environnement , on remarque que les étudiants s'intéressent à cette idée, mais le facteur cultur n'est pas encore attribuer à leurs environnements à cause du manque de sensibilisation, manque de moyens et manque de connaissance ,ces indicateurs se présentent comme un handicap pour la création d'entreprise.

Plusieurs ACP successives ont été menés sur l'échelle globale et sur l'échelle de chaque variable. Une solution satisfaisante a été obtenue sur 4variables et 25Items.Le coefficient Alpha de Cronbach ainsi que le KMO et le test de Bartlett sont significatifs.

Tableau N° 1 : Résumé des indices de fiabilité

Items	Université		
	Alpha de Cronbach	KMO	Teste de Bartlett
Intention	,996	,708	,000
Faisabilité	,064	,490	,000
Désirabilité	,068	,576	,000
Croyance	,062	,498	,000

Source : notre élaboration à l'aide du Logiciel Statistica.12 (N=603)

L'intention entrepreneuriale des étudiants évoluant dans un contexte précis, soit le suivi d'une formation en entrepreneuriat

Nos résultats dégagent, l'importance de l'intention entrepreneuriale. Aujourd'hui, avec l'augmentation du chômage des diplômés, les institutions universitaires sont interpellées de former et de sensibiliser des bacheliers, à travers différents processus pédagogiques, à la création de leurs propres entreprises. Ces enseignements transmettent des connaissances sur les valeurs, les attitudes et les motivations des entrepreneurs et sur les raisons de l'action d'entreprendre

A. Les indices d'ajustement absolu :

Les indices d'ajustement absolu permettent d'évaluer dans quelle mesure le modèle a priori reproduit correctement les données collectées.

La valeur du Khi-Deux est relativement liée à la taille de l'échantillon d'après Satorra et Bentler, 1988.

Présentation de l'ensemble des indices d'ajustements d'équations structurelles calculés par le logiciel STATISTICA :

Tableau N°2 : les indices d'ajustements absolus

Les indices	Les valeurs
Chi ₂	1817,498
Degré de liberté	1128,000
Niveau p	0,000
RMC Résidus Standardisés	0,051
(GFI). Joreskog	0,894
(AGFI). Joreskog	0,885
(BIC). Critère Bayésien de Schwarz	0,557
Chi ₂ du Modèle d'indépendance	3072,712
(DI). Modèle d'Indépend	1176,000
Param.Non Centralisé de la Popul.PNI	0,084
Indice RMSEA Steiger-Lind	0,047
Indice Non Central.McDonald.PNNI	0,902
Indice Gamma Population	0,967
Indice Gamma Ajusté Population	0,964

Source : notre élaboration à l'aide du Logiciel Statistica.12 (N=603)

B. Analyse des mesures d'ajustement absolu :

$\chi^2=1817,498$; degré de liberté (ddl)= 1128,000 ; Niveau de probabilité (p)=0,000

-Indice de Chi-Deux/ddl= $1817,040/1128,000=1,611$, le résultat est acceptable.

« Le niveau de Chi-Deux est significatif à un niveau de probabilité inférieur à 1%. L'importance de la taille de l'échantillon qui pourrait nuire à ce test renforce la qualité du résultat. La probabilité pour que le modèle théorique s'ajuste correctement aux données empiriques semble donc élevée »¹.

¹ ibid

Tableau N° 3 : les indices absolus

Les Indices	Lim.Conf. Inf. 90%	Point estimé	Lim.Conf. Sup. 90%
Param.Non Centralisé de la Popul.PNI	0,084	0,127	0,212
Indice RMSEA Steiger-Lind	0,047	0,054	0,062
Indice Non Central.McDonald.PNNI	0,843	0,898	0,902
Indice Gamma Population	0,953	0,960	0,967
Indice Gamma Ajusté Population	0,948	0,956	0,964

Source : notre élaboration à l'aide du Logiciel Statistica.12 (N=603)

D'après ce tableau, l'indice Gamma ajusté, représente des variances du GFI et de l'AGFI. Ils tiennent compte de la matrice de variances-covariances induite sur la population totale et non sur l'échantillon (*TANAKA, HUBA, 1989*).

L'indice PNNI, Indices de non centralité sont généralement compris entre 0 et 1 (*MCDONAD, 1989*) et pour le PNI (*STEIGER, SHAPIRO* et *BROWNE, 1985*).

Concernant l'indice RMSEA (*STEIGER* et *LIND, 1980*) représente la différence moyenne, par degré de liberté, il dispose d'un intervalle de confiance associé à 90%.

C. Les indices incrémentaux :

Un indice incrémental mesure l'amélioration de l'ajustement en comparant le modèle testé à un modèle de base. Les indices incrémentaux sont aussi appelés « indices relatifs de comparaison »

Tableau N° 4 : Principaux indices incrémentaux d'ajustement du modèle global :

Les indices	Les valeurs
(NFI). Indice Ajust.Normé Bentler-Bonett	0,709
(NNFI).Indice Ajust.Non Normé Bentler-Bonett	0,720
(CFI).Indice Ajust.Compar.Bentler	0,736
(RFI).Rho Bollen	0,783
(IFI). Delta Bollen	0,645

Source : notre élaboration à l'aide du Logiciel Statistica.12 (N=603)

Indice de Bentler et Bonett d'ajustement normé (NFI), représente la proportion de la covariance totale entre les variables expliquée par le modèle testé. Sa valeur est sous-estimée lorsque l'échantillon est de taille réduite. Cette valeur 0,821 est très significative puisqu'elle tend vers 1.

Même interprétation pour le NNFI (ajustement non normé 0,720), il compare le manque d'ajustement du modèle testé à celui du modèle de base. Sa valeur permet d'estimer l'amélioration relative, par degré de liberté. Cet indice n'est pas recommandé pour les petits échantillons.

L'indice IFI est bon (0,645) se rapproche de 0.9, il peut être appliqué pour les petits échantillons.

Indice d'ajustement comparatif de Bentler (CFI =0,736), mesure la diminution relative au manque d'ajustement, le résultat est bon aussi puisqu'il se rapproche de (0.9).

D. Les indices de parcimonie :

Les indices de parcimonies sont des indices d'ajustements absolus ou incrémentaux, modifiés pour rendre compte de la parcimonie du modèle. Ces mesures évaluent la parcimonie du modèle d'analyse en reliant la qualité de son ajustement au nombre de paramètres estimer.

Tableau N°5 : Principaux indices de parcimonie du modèle global

Les indices	Les valeurs
(AIC). Critère information Akaike	0,347
(PNFI). Indice Ajust.Parcim.James-Mulaik-Brett	0,892

Source : notre élaboration à l'aide du Logiciel Statistica.12 (N=603)

Les indices AIC (**AKAIKE,1987**) et ECVI (**BROWNE,CUDEK,1989**) doivent prendre la plus faible valeur .Dans ce cas, on garde l'indice AIC puisqu'il est plus faible que l'indice de (ECVI)

L'indice PNFI (**JAMES,MULAİK et BRETT, 1982**), résulte de l'ajustement du NFI par rapport au degré de liberté du modèle testé. Il possède les mêmes caractéristiques que le NFI. Ce résultat est bon puisqu'il s'approche de 1.

E. La signification des contributions factorielles :

« Le test t de student doit être supérieur à 1,96 au niveau de signification de 5% pour chaque contribution factorielle des indicateurs attachés à un construit afin de vérifier le rapport positif entre eux. Le tableau qui présente les estimations des paramètres indique que chaque test t est nettement supérieur à 1,96 vérifiant ainsi la signification du lien de chaque indicateur à son construit. Les indicateurs non confirmés par ce test ont été retirés à la suite d'une AFC »².

L'évaluation de la fiabilité de cohérence interne de chaque construit (rhô deKsi) et de leur variance expliquée :

L'objectif est de vérifier que les indicateurs spécifiés dans le modèle représentent suffisamment bien les construits.

Fiabilité (rhô) = $(\text{Somme des contributions factorielles standardisées})^2 / [(\text{Somme des contributions factorielles standardisées})^2 + (\text{somme des erreurs de mesure des indicateurs})]$.

² ibid

Fiabilité de l'intention	de l'implication	=	$(0,664+0,667+0,669+0,716)^2/[(0,664+0,667+0,669+0,716)^2+(0,772+0,894+0,679+0,681)]=0,68$
Fiabilité faisabilité	de l'implication	=	$(0,529+0,683+0,678+0,792)^2/[(0,529+0,683+0,678+0,792)^2+(0,648+0,614+0,828+0,718)]=0,71$
Fiabilité de désirabilité	de l'implication	=	$(0,688+0,593+0,789+0,772+0,682)^2/[(0,688+0,593+0,789+0,772+0,682)^2+(0,551+0,754+0,593+0,887+0,585)]=0,78$
Fiabilité de croyance	de l'implication	=	$(0,709+0,582+0,668+0,769)^2/[(0,709+0,582+0,668+0,769)^2+(0,748+0,521+0,837+0,888)]=0,71$

Une bonne fiabilité des instruments de mesure exige que l'indice soit supérieur ou égal à 0,70. Si les indices calculés sont inférieurs à 0,70, des tests de validité discriminante devraient être réalisés afin de voir si des facteurs ne pourraient pas être regroupés en vue d'offrir une mesure plus fiable. Les fortes corrélations entre les variables latentes conduisent à faire cette suggestion :

Variance expliquée des construits (rhô de validité convergente) = Somme des contributions factorielles standardisées élevées au carré / [Somme des contributions factorielles standardisées élevées au carré + somme des erreurs de mesure des indicateurs].

Conclusion :

« C'est auprès de mon père que j'ai compris la valeur de l'entrepreneuriat », ces mots, Eugène Tassé les répètent à qui veut l'entendre. Même s'il n'avait pas fait de longues études, son père lui a inculqué la recette qu'il allait appliquer tout au long de sa vie. Savoir compter et d'abord savoir compter sur soi-même ! La réussite d'Eugène Tassé est l'exemplification de ce que l'approche entrepreneuriale crée dans une vie : liberté, richesse, notoriété, et surtout enrichissement de la collectivité. L'ayant vécu, l'ayant mis en pratique et surtout en y ayant trouvé un plaisir de vie, Eugène Tassé veut aujourd'hui faire bénéficier toute la communauté en partageant sa recette : soyez entrepreneurs dans toute les facettes de la vie ! Être entrepreneur signifie bien plus que créer une entreprise, c'est un état d'esprit qui peut bénéficier à tous, peu importe le milieu ou l'âge.

Références bibliographiques :

- David B. Audretsch, Werner Boente, Jagannadha Pawan Tamvada**, Religion and Entrepreneurship, May, 2007
- Géraldine Benoit-Cervantes**, La boîte à outils de l'innovation, Editions Dunod, Paris, 2008
- Jeanine Billet**, Education à l'entrepreneuriat et développement de l'esprit d'entreprendre auprès des étudiants des écoles de management : Le cas de l'ESCPA
- Michel Bon**, Le changement, Editions d'Organisation, 2000
- François Brouard, Sophie Larivet, Ouafa Sakka**, Entrepreneuriat social et participation citoyenne, France 2010.
- Alterre Bourgoigne.**, Construction d'une typologie psychosociale des attitudes et Analyse des données, Octobre 2010
- Nadereh Chamlou**, L'environnement des femmes entrepreneurs dans la région MENA, Tendances économiques, 2008.
- Jean-François Draperi**, L'entrepreneuriat social, un mouvement pensée inscrit dans le capitalisme, Act 1, févr. 2010
- Claudine Drion**, Femmes et développement durable Vision d'avenir, entrepreneuriat et recommandations, 2006
- Paul-Arthur Fortin**, La culture entrepreneuriale : Un Antidote à la pauvreté, 2003
- Gillet Anne**, Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie : Motivations, parcours socioprofessionnels et stratégies d'existence, 2003
- Tom Gorman**, Innovation, Editions L'Entreprise, 2007
- Boutheina Gribaa, Etat de la situation de la participation de la femme à la vie politique en Algérie, au Maroc et en Tunisie, 2009.
- Emmanuelle Kadya Tall**, Les nouveaux entrepreneurs en religion: la génération montante des chefs de cultes de possession à Cotonou (Bénin) et Salvador (Brésil), Autrepart (27), 2003
- Paul Millier**, Stratégie et marketing de l'innovation technologique, Editions Dunod, Paris, 2011.

Anne Mione, Comparaison des femmes entrepreneurs, France – Canada, 6° Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002

André Ouellet, Analyse du concept attitude : du concept théorique au concept opératoire, Revue des sciences de l'éducation, vol. 4, n° 3, 1978

Robert Paturel, Zahra Arasti, Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran, octobre 2006.

Robert Paturel, Zahra Arasti, Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran, octobre 2006

Michel Remo Yossa, Attitude de la femme vis à vis de l'entrepreneuriat, Université de Kinshasa , 2002

Claude RUEL, Le développement de la culture entrepreneuriale :Un défi de société,, Novembre 2010

Jean Supizet, Le management de la performance durable, Editions d'Organisation, 2002

Luigi Zingales, Comment les attitudes religieuses influencent l'économie, 2004