

**L'INFLUENCE DES CARACTÉRISTIQUES PERSONNELLES ET DES
CONDITIONS ENVIRONNEMENTALES SUR L'INTENTION
ENTREPRENEURIALE: CAS DES ETUDIANTS ALGERIENS EN FIN DE
CYCLE-SEGC**

**THE INFLUENCE OF PERSONAL CHARACTERISTICS AND
ENVIRONMENTAL CONDITIONS ON ENTREPRENEURIAL INTENTION:
THE CASE OF ALGERIAN STUDENTS AT THE END OF THE CYCLE
“SEGC”**

Mourad MAHMOUDI*

Maître de conférences B

Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université de Bejaia, 06000, Algérie.

mourad.mahmoudi@univ-bejaia.dz

Moussa BOUKRIF

Professeur

Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université de Bejaia, 06000, Algérie.

moussa.boukrif@univ-bejaia.dz

Date de soumission : 26/06/2022 ; **Date d'acceptation:** 12/12/2022 ; **Date de publication :** 22/12/2022

Résumé

L'objectif de cette étude est d'examiner l'influence relative des variables personnelles et environnementales sur l'intention entrepreneuriale. Des données ont été collectées auprès de 302 étudiants en fin de cycle de six universités et écoles. Les résultats montrent que les caractéristiques personnelles (autonomie et de sécurité financière) influencent significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants, tandis que les perceptions des conditions environnementales sont non significatives. Cependant, des régressions isolées de la variable environnementale révèlent l'influence de certains facteurs environnementaux (e.g. climat des affaires, réseaux et dispositifs d'appui à la création d'entreprise) sur l'intention de créer une entreprise.

Mots-clés : Intention entrepreneuriale, Personnalité, Environnement, Étudiants, Algérie.

Codes JEL : M21

Abstract

The objective of this study is to examine the relative influence of personal and environmental variables on entrepreneurial intention. Data was collected from 302 graduating students from six universities and colleges. The results show that the personal characteristics (autonomy and financial security) significantly influence the entrepreneurial intention of the students, while the perceptions of the environmental conditions are not significant. However, isolated regressions of the environmental variable reveal the influence of certain environmental factors (e.g. business climate, networks and support systems for business creation) on the intention to create a business.

Keywords: Entrepreneurial intention, Personality, Environment, Students, Algeria..

JEL Codes : M21

* Auteur correspondant.

Introduction

Depuis sa transition à l'économie de marché, l'Algérie a fait de l'entrepreneuriat le nouveau fer de lance de sa nouvelle stratégie de développement (Leghima et Djema, 2014; Aknine et Ferfera, 2014). Les pouvoirs publics y voyaient un acteur de création de richesses et d'emplois et un moyen de lutte contre le chômage (Aknine et Ferfera, 2014). Ainsi, les gouvernements successifs ont tout mis en œuvre pour soutenir les nouveaux promoteurs. De nombreuses réformes du cadre institutionnel, ayant trait à l'encouragement de l'entrepreneuriat et de l'investissement privé, ont été réalisées (Kherbachi et Boukrif, 2008). C'est dans le sillage de ces initiatives que diverses agences et dispositifs aient été mis en place (e.g. l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage et l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit). Celles-ci retracent les nouvelles orientations de la politique gouvernementale visant à diffuser une culture entrepreneuriale dans la société.

Bien que cet arsenal de dispositifs et de mesures incitatives (financement, fiscalité et accompagnement) ait permis une augmentation du stock des entreprises¹, une vraie dynamique entrepreneuriale peine à s'enclencher (Abedou et al., 2011; Aknine & Ferfera, 2014; Leghima & Djema, 2014). Yaici (2014) va même jusqu'à qualifier cette situation « 'd'inquiétante', eu égard au décalage entre les importantes ressources mobilisées et les maigres résultats enregistrés » (p. 66). Le rapport Doing Business (2019) classe l'Algérie au 150ème rang (sur 190) en matière de création d'entreprise et au 157ème en termes de facilité à faire des affaires ; en net recul par rapport au Maroc et la Tunisie qui se positionnent, respectivement, à la 34ème et la 60ème, et, à la 80ème et 63ème place, selon les mêmes indices respectivement.

Les chiffres du chômage ne sont pas plus encourageants, notamment chez les jeunes où l'on constate qu'un jeune sur quatre est en situation de chômage, soit un taux de 26,9% (Office Nationale des Statistiques (ONS), mai 2019). En outre, sur l'ensemble de la population en chômage, les diplômés de l'enseignement supérieur en constituent 27,8%, selon la même source. Un taux un peu plus élevé que celui des diplômés de la formation professionnelle qui est de 26,5%. Bien que, logiquement, le diplôme universitaire devrait constituer un bouclier contre le chômage, l'ironie veut qu'en Algérie, une personne a plus de chance de se retrouver au chômage si elle fait des études supérieures. La problématique de l'employabilité des diplômés universitaires est d'autant plus cruciale que 150.000 jeunes diplômés quittent chaque année les bancs universitaires pour s'ajouter aux chômeurs déjà existants (Ghouati, 2017). Le salariat ayant atteint ses limites, plusieurs initiatives ont récemment été lancées visant à orienter les nouveaux diplômés du supérieur vers l'entrepreneuriat. Des universités, écoles et instituts d'enseignement supérieur ont intégré l'entrepreneuriat dans leur cursus universitaire. Des maisons de l'entrepreneuriat ont également été créées en partenariat avec l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ) et des universités étrangères, afin de contribuer à l'employabilité et pallier le chômage des étudiants (Izzrech et al., 2013). Cela est d'autant plus urgent lorsque l'on sait que la fonction publique a tendance à modérer, voire même, geler les opérations de recrutement², qui jusque-là faisaient le bonheur des jeunes

¹ En vingt-cinq ans, le stock de PME privées a été multiplié par six, passant de 156.591 entités en 1999 à 1.022.621 en 2016.

² La conjoncture économique actuelle ne permet pas à l'État de mener de telles opérations.

diplômés de l'enseignement supérieur. Malgré les ressources humaines et financières considérables allouées à l'accompagnement des jeunes porteurs de projets, la création d'entreprise demeure faible (Aknine et Ferfera, 2014 ; Yaici, 2014).

Malgré l'intérêt grandissant accordé à l'entrepreneuriat des diplômés dans les pays développés (e.g. Fayolle et Linan, 2014; Kolvereid, 1996b; Kolvereid et Isaksen, 2006; Krueger et al., 2000; Zhao et al., 2005), peu de recherches leur ont été consacrées dans le contexte algérien ; encore moins quand il s'agit d'étudier leur comportement entrepreneurial (Ben-Habib et al., 2008; Izzrech et al., 2013 ; Tounés et Mahmoudi, 2022). Nombre d'auteurs (e.g. Bird, 1988; Katz, 1990; Kolvereid, 1996b; Krueger & Carsrud, 1993; Tkachev & Kolvereid, 1999) s'accordent à dire que l'intention –une phase majeure en amont du processus entrepreneurial– représente le meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial. Cette intention est expliquée, à la fois, par des facteurs individuels (liés aux caractéristiques personnelles et aux motivations de l'individu) et situationnels (conditions liées à l'environnement entrepreneurial). De récentes recherches soulignent l'importance d'examiner conjointement l'impact des facteurs personnels et contextuels sur l'intention de créer une entreprise (Luthje et Franke, 2003; Schwarz et al., 2009; Taormina et Lao, 2007). En effet, malgré des années de recherche sur le processus entrepreneurial, on connaît peu sur la manière dont ces facteurs influencent le comportement entrepreneurial de l'individu (Nabi & Liñán 2013). La question qui se pose alors est la suivante : Quelle est l'influence relative des caractéristiques personnelles et des conditions environnementales sur l'intention de créer une entreprise ?

L'objectif de cette recherche est de mettre l'accent sur les raisons personnelles et contextuelles qui influenceraient l'intention d'entrer en affaires chez les étudiants. Ces facteurs comprennent des variables psychologiques liées aux perceptions et aux croyances de résultats, i.e. les attentes de l'individu en termes de résultats entrepreneuriaux (e.g. autonomie, réalisation de soi, pouvoir, gain d'argent, etc.), et contextuelles incorporant les conditions environnementales (e.g. le climat des affaires, l'appui financier, l'assistance et l'accompagnement). Se fondant sur la littérature et les recherches antérieures, ces facteurs seront examinés dans le cadre de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). Des données issues des déclarations de 302 étudiants en fin de cycle seront utilisées lors de cette étude. Après avoir présenté le cadre théorique et les hypothèses de recherche (1), nous exposerons la méthodologie adoptée (2). Les résultats qui en ressortent seront, par la suite, analysés (3) puis discutés (4).

1.- État de l'art et hypothèses de recherche

1.1.- L'entrepreneuriat : Un comportement intentionnel et planifié

La recherche en psychologie sociale a démontré que l'intention est le meilleur prédicteur du comportement planifié (Ajzen 1991 ; Ajzen 2002), en particulier lorsque celui-ci est rare, difficile à observer ou implique des décalages temporels imprévisibles (Krueger et al. 2000). Bird (1988 ; 1992) et Bird et Jelinek (1988) la définissent comme un état d'esprit dirigeant l'attention d'une personne vers un objet spécifique ou un but. Cette intention reflète la volonté d'une personne d'adopter un comportement donné (Boyd et Vozikis, 1994 ; Bruyat, 1993). Selon Ajzen (1991), elle est supposée capturer les facteurs motivationnels influençant un comportement planifié. L'entrepreneuriat en est un parfait exemple (Bird, 1988 ; Krueger et

Carsrud, 1993 ; Lars Kolvereid, 1996b). En effet, la création d'entreprise ne s'improvise pas, c'est un acte mûrement réfléchi. L'intention entrepreneuriale est considérée comme une première étape importante d'un long processus qu'est la création d'une entreprise (Hernandez, 2008). Il a ainsi été démontré que l'intention entrepreneuriale était non seulement un élément clé pour comprendre le processus de création (Bird, 1988), mais aussi un facteur annonciateur du comportement entrepreneurial futur (Kolvereid et Isaksen, 2006).

Ces dernières décennies, une pléthore de recherche en entrepreneuriat fut consacrée à la question de savoir pourquoi certaines personnes créent leur entreprise alors que d'autres ne le font pas et préfère poursuivre une carrière salariale (Franke et Luthje, 2004). Les recherches sur l'intention se sont intéressées à l'étude de différentes populations, mais celle des étudiants a été la plus explorée (e.g. Krueger et al. 2000 ; Kolvereid et Isaksen, 2006 ; Autio et al., 1997 ; Karimi et al., 2015 ; etc.). Plusieurs modèles conceptuels intègrent divers facteurs qui affectent ce processus (Franke et Luthje, 2004). Ces facteurs sont souvent d'ordre personnel et contextuel (Tounés, 2003). Selon Ajzen et Fishbein (2010), des facteurs tels que les caractéristiques de la personnalité et les conditions contextuelles peuvent influencer directement ou indirectement les intentions comportementales. Cependant, peu d'études empiriques ont tenté d'examiner conjointement les caractéristiques personnelles (ou motivations) et l'environnement entrepreneurial (ou conditions environnementales) pour déterminer leur influence relative sur l'intention entrepreneuriale (Fini et al., 2012). Celles-ci sont encore plus rares dans le contexte algérien (Saint-Jean et al., 2014 ; Izzrech et al., 2013 ; Benhabib et al., 2008). Selon Taormina et Lao (2007), l'une des difficultés majeures pour comparer ces deux types de facteurs sur l'intention est que les premières, les motivations en l'occurrence, sont mesurées au niveau micro (individu) et que les secondes, i.e. les conditions environnementales, sont mesurées au niveau macro (communauté). Afin d'évaluer leur importance relative, ces deux variables sont examinées simultanément. Mathématiquement, une telle approche permet de mesurer la taille de l'effet (the effect size of the regression) de chacune des variables personnelle et environnementale sur l'intention de démarrer une entreprise. La première variable indépendante, en l'occurrence les caractéristiques personnelles, exprime les attentes et les croyances de résultats suite à la réalisation de l'acte entrepreneurial. Elles reflètent les raisons motivationnelles qui amèneraient l'individu à lancer son affaire. Cette première variable comprend cinq facteurs, à savoir, le besoin d'autonomie, la qualité de vie, avoir un statut social, la réalisation de soi (autosatisfaction) et le besoin de sécurité financière. La seconde variable indépendante est environnementale. Elle est une combinaison de facteurs exprimant les perceptions des conditions environnementales en matière de politiques publiques, de programme d'appui ou encore d'environnement des affaires.

1.2.- Les caractéristiques de la personnalité

Les caractéristiques de la personnalité ont toujours été considérées comme une composante clé dans la majorité des modèles multidimensionnels en entrepreneuriat (Zhao et Seibert, 2006). Ces recherches ont tenté d'expliquer l'orientation entrepreneuriale des individus, ou encore le succès entrepreneurial. Cette longue tradition de recherche remonte aux travaux de McClelland (1961) sur le besoin d'accomplissement, et s'est poursuivie par l'identification d'un certain nombre de traits de personnalité tels que la propension à la prise de risque (Brockhaus, 1980), la tolérance envers l'ambiguïté (Schere, 1982) et l'internalité du lieu de

contrôle (Brockhaus, 1975 ; Hansemark, 1998 ; 2003). Ces caractéristiques étaient examinées comme les facteurs ayant le plus d'effet sur les aspirations des individus à créer une entreprise (Luthje et Franke, 2003).

Cependant, cette approche n'est pas sans critiques (Bird, 1988 ; Robinson et al., 1999). Différentes recherches empiriques ont révélé les limites des caractéristiques personnelles dans l'explication des intentions et comportements entrepreneuriaux (Karimi et al., 2015). Luthje et Franke (2003) parlent même de résultats contradictoires. Ces divergences s'expliquent généralement par le fait que ces caractéristiques de la personnalité mesurent des tendances plutôt générales et ne prennent pas en considération les contextes spécifiques aux études réalisées- ce qui leur fait perdre de leur efficacité (Robinson et al, 1999 ; Schwarz et al., 2009). Il semble donc y avoir un processus interactif entre la personnalité de l'individu et l'environnement dans lequel il opère (Luthje et Franke, 2003). D'où l'intérêt de notre recherche d'examiner simultanément l'effet des caractéristiques personnelles et de l'environnement entrepreneurial sur l'intention. Pour des raisons d'homogénéité des résultats et des conclusions, nous passerons en revue dans ce qui suit les études empiriques ayant traité uniquement des intentions entrepreneuriales des étudiants.

Autio et al. (1997) ont examiné l'influence des caractéristiques de la personnalité sur le choix de carrière entrepreneuriale d'étudiants en Asie, en Scandinavie et aux USA. Les auteurs ont testé l'effet de multiples facteurs tels que le besoin d'accomplissement, l'autonomie, le besoin d'argent, le besoin de changement ainsi que la compétitivité sur la conviction entrepreneuriale³. À l'exception de la compétitivité, tous les autres facteurs avaient une influence sur la conviction entrepreneuriale. Cependant, le besoin d'accomplissement et l'autonomie se sont distingués comme les deux facteurs de personnalité ayant eu le plus d'impact sur la conviction entrepreneuriale, et conséquemment, sur l'intention. Dans la même perspective, Douglas et Shepherd (2002) ont étudié la relation entre le choix de carrière et les attitudes à l'égard du revenu, de l'indépendance, du risque et de l'effort de travail chez les étudiants australiens. Les résultats suggèrent que plus forte est la préférence des individus de l'indépendance et plus leur tolérance au risque est élevée, plus forte est leur intention de devenir entrepreneur. Cependant, l'attrait des étudiants à l'égard de l'effort de travail est négativement corrélé avec leur intention à créer une entreprise. Récemment, Karimi et al. (2015) ont examiné l'influence des facteurs de personnalité et des facteurs contextuels sur l'intention entrepreneuriale des étudiants iraniens. Leurs résultats montrent que le besoin d'accomplissement, la prise de risque et le contrôle interne sont des facteurs distaux significativement liés à l'intention entrepreneuriale, via leur forte influence sur les prédicteurs proximaux (i.e. l'attitude envers l'entrepreneuriat et le contrôle comportemental perçu). Bien que l'approche faisant appel aux caractéristiques de personnalité pour expliquer l'intention entrepreneuriale ait été critiquée pour leur faible contribution, les études empiriques confirment le rôle important que peuvent jouer de telles variables dans le processus entrepreneurial (Shaver et Scott, 1991). Au regard des éléments de la littérature développés ci-dessus, nous proposons notre première hypothèse :

³ Ce concept est défini comme la facilité perçue de créer et de diriger une nouvelle entreprise et est considéré comme le principal déterminant de l'intention entrepreneuriale.

H1 : Les caractéristiques personnelles, en termes de besoin d'autonomie, de qualité de vie, de statut social, de réalisation de soi et de sécurité financière, influencent significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants.

1.3.- Les perceptions des conditions environnementales

Les limites de l'approche par les traits de personnalité ont suscité, vers la fin des années 1980, des débats houleux quant à l'avenir de la recherche en entrepreneuriat (e.g. Carland et al. 1988 vs Gartner 1989) : Doit-elle continuer à se concentrer sur les variables psychologiques (personnelles) ou, au contraire, devrait-elle se pencher sur l'environnement externe de l'entrepreneur ? Pour Lüthje et Franke (2003), l'environnement peut donner une explication au fait que les facteurs personnels ne déterminent pas toujours l'acte entrepreneurial. Bien qu'ils ne nient pas le rôle des variables psychologiques, Gnyawali et Fogel (1994) vont dans le même sens et soutiennent que l'environnement externe est plus utile pour comprendre le démarrage d'entreprises. Enfin, Tounés écrit que « les facteurs environnementaux et situationnels agissent de manière contingente pour favoriser ou inhiber le processus entrepreneurial amont dans ses différentes phases » (2003, p. 105). Ainsi, malgré l'accent mis sur la personnalité de l'entrepreneur potentiel, Krueger et Brazeal (1994) reconnaissent pleinement que l'activité entrepreneuriale ne se produit pas dans le vide. Celle-ci étant profondément ancrée dans un contexte économique, social et culturel.

Un certain nombre d'auteurs (e.g. Fini et al., 2012 ; Luthje et Franke, 2003 ; Lerner 1999 ; Wilkinson, 2006) ont tenté d'identifier les facteurs pouvant influencer les comportements entrepreneuriaux des individus et la réussite entrepreneuriale. Ces facteurs se centrent généralement sur les politiques gouvernementales de régulation et de soutien à la création d'entreprise (Fini et al., 2012) ; le soutien financier et les politiques fiscales en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat (Lerner, 1999) et de services d'aide et de soutien aux entreprises, notamment, en matière de facilitations administratives (Wilkinson, 2006). Selon Karimi et al. (2015), ces facteurs contextuels (ou environnementaux) peuvent définir, créer, faciliter ou limiter les aspirations, intentions, opportunités et autres comportements entrepreneuriaux. Taormina et Lao (2007) considèrent les perceptions subjectives de l'environnement encore plus importantes que les facteurs environnementaux eux-mêmes. Autrement dit, l'évaluation des conditions environnementales par les entrepreneurs potentiels peuvent donner une meilleure mesure et façonner de la sorte leur intention à créer une entreprise, que l'évaluation réelle des facteurs environnementaux.

Dans son étude sur les immigrants mexicains installés à Chicago et envisageant de démarrer une entreprise (entrepreneurs latents), Rajman (2001) montre que les réseaux relationnels jouent un rôle prédominant dans la prédiction de l'intention entrepreneuriale. En effet, l'appartenance à une famille d'entrepreneurs expose les individus à des modèles d'entrepreneurs et à des sources financières et non financières qui pourraient mettre la propriété d'une entreprise à la portée des personnes ayant des ressources modestes. Lüthje & Franke (2003) ont mené une enquête auprès de 512 étudiants à l'école d'ingénierie du MIT. Les auteurs montrent clairement l'impact significatif des obstacles perçus et des facteurs de soutien sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. Plus précisément, plus les perceptions des étudiants pour les mesures de soutien à l'entrepreneur (e.g. disponibilité de consultants qualifiés pour le soutien à la création d'entreprises ; etc.) sont favorables, plus forte est leur

intention entrepreneuriale. En revanche, plus ils aperçoivent l'environnement hostile pour l'entrepreneuriat (e.g. l'octroi de crédits auprès des banques est très restrictif, etc.), moins ils sont susceptibles de poursuivre une carrière entrepreneuriale, et ce, indépendamment de leur attitude à l'égard de la création d'entreprises. Dans le même esprit, Begley et al. (2005) ont analysé l'effet de sept dimensions politico-économiques (le financement disponible, la réglementation gouvernementale de soutien, les opportunités de marché, l'accès aux services de soutien, la fourniture de main-d'œuvre qualifiée, les connexions nécessaires (réseaux personnels) et les conditions concurrentielles) sur le potentiel de démarrage d'une entreprise auprès d'échantillons prélevés dans treize pays anglo-saxons, d'Asie de l'Est et du Sud. Les résultats montrent globalement que les perceptions des opportunités de marché, l'offre de main-d'œuvre qualifiée et la réglementation gouvernementale en matière de soutien affectent considérablement la faisabilité et la désirabilité de l'acte entrepreneurial. Récemment, les études de Taormina & Lao (2007) (les perceptions de l'environnement des affaires) et Schwarz et al. (2009) (environnement universitaire et l'infrastructure régionale dédiée aux start-up) viennent confirmer l'importance des facteurs environnementaux dans l'explication des motivations entrepreneuriales et de l'intention, respectivement. À la lumière des discussions étalées ci-dessus, nous postulons que :

H2 : Les perceptions des conditions environnementales affectent significativement l'intention de démarrer une entreprise chez les étudiants.

2.- Méthodologie de la recherche

Dans cette rubrique, nous présenterons notre protocole d'enquête ainsi que l'opérationnalisation de nos construits.

2.1.- Procédure de collecte de données

La méthodologie empirique de notre recherche est subdivisée en trois phases. La première phase a consisté en l'élaboration d'un questionnaire de recherche adapté au contexte de notre étude. Une première mouture du questionnaire a donc été élaborée, puis soumise à une consultation d'experts (6 enseignants-chercheurs en entrepreneuriat et 3 formateurs et accompagnateurs en création d'entreprises). Cette première phase a permis la purification et la modification de certains items. La seconde phase de notre protocole empirique visait à tester le questionnaire auprès d'un échantillon-test de 10 étudiants. Cette étape a permis de vérifier la validité de contenu du questionnaire. Enfin, la troisième phase consiste en une enquête quantitative auprès d'un large échantillon d'étudiants en fin de cycle (Licence 3, Master I et II) suivant des formations en économie et gestion.

Pour ce faire, nous avons pris contact avec 16 établissements d'enseignement supérieur. Ayant eu peu de réponses, des entrevues ont été programmées avec les responsables des établissements, appuyées d'une demande d'autorisation d'enquête signée par la post-graduation de l'université de Bejaia. Au final, huit établissements ont accepté de donner suite à notre enquête. Un premier échantillon de 312 étudiants a été composé. Après élimination des questionnaires inexploitable, nous avons arrêté notre échantillon final à 302 étudiants. Il s'agit donc d'un échantillon de convenance (e.g. Krueger et al., 2000 ; Kolvereid et Isaksen, 2006, etc.).

Deux méthodes ont été utilisées pour la collecte de données : l'auto-administration en contact direct avec support papier et par voie électronique en utilisant le formulaire en ligne Google.doc. La répartition de l'échantillon selon les établissements est comme suit :

Tableau 1. Répartition de l'échantillon selon l'établissement

Établissement							
							Total
	EHEC Alger	ESA A Alger	ESC Alger	FSEG C Bejaia	FSEGC Constantine	MDI Alger	
Nombre de répondants	55	18	94	107	13	15	302
Fréquences (%)	18,21	5,96	31,12	35,43	4,30	4,96	100

Source : Réalisé sous SPSS v. 25

Par ailleurs, sur les 302 répondants composant notre échantillon, 189 sont de sexe féminin (62,6%) et 113 (37,4%) de sexe masculin, et dont l'âge varie entre 19 et 32 ans (âge moyen = 23,02). Pour leur niveau d'étude, 55 (18,2%) suivent des enseignements en troisième année de licence, 123 (40,7%) sont en Master I et 124 (41,1%) sont en Master II. 139 (46%) des étudiants suivent des formations en entrepreneuriat. 170 (56,3%) d'entre eux certifient avoir au moins un de leur parent ou membre de leur famille proche entrepreneur. 166 (55%) affirment connaître des personnes qu'ils considèrent comme des mentors. Enfin, 225 (74,5%) attestent posséder une expérience professionnelle et 227 (75,2%) une expérience entrepreneuriale. Un récapitulatif des caractéristiques sociodémographiques est présenté dans le tableau 2.

Tableau 2. Caractéristiques sociodémographiques

Établissement										
								Total	l	(%)
		EHEC Alger	ESAA Alger	ESC Alger	FSEGC Bejaia	FSEGC Constantine	MDI Alger			
Sexe	homme	17	11	30	43	6	6	113	37,4	
	femme	38	7	64	64	7	9	189	62,6	
Age	Moyenne d'âge = 23,02									
	3. 25 ans	49	11	86	73	8	12	239	79,1	
	25-35 ans	6	7	8	34	5	3	63	20,9	
N. d'étude	L3	20	2	30	0	3	0	55	18,2	
	M 1	14	3	39	55	4	8	123	40,7	
	M 2	21	13	25	52	6	7	124	41,1	
Formation	Oui	32	15	30	37	10	15	139	46	
	Non	23	3	64	70	3	0	163	54	

Famille Entrepre .	Oui	27	13	52	62	7	9	170	56,3
	Non	28	5	42	45	6	6	132	43,7
Mentors	Oui	33	10	52	48	11	12	166	55
	Non	22	8	42	59	2	3	136	45
Exp.Prof es	Oui	40	10	80	75	10	10	225	74,5
	Non	15	8	14	32	3	5	77	25,5
Exp.Entr ep	Oui	37	10	80	81	8	11	227	75,2
	Non	18	8	14	26	5	4	75	24,8

Source : Réalisé sous SPSS v. 25

3.2.- Mesure des variables

Pour mesurer nos variables, des échelles de Likert à 7 positions allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord » ont été utilisées.

La variable dépendante- Intention entrepreneuriale (IE). Adaptés de Kolvereid (1996) et Thompson (2009), six items ont été utilisés pour opérationnaliser la variable dépendante du modèle « l'intention entrepreneuriale » : (1) « Créer votre entreprise à la fin de vos études », (2) « Créer votre entreprise après une petite expérience en tant que salarié (au minimum 5 ans) », (3) « Si vous deviez choisir entre être salarié et créer votre entreprise, vous préféreriez » (de « être salarié » à « créer une entreprise »), (4) « Vous cherchez continuellement des opportunités pour démarrer une entreprise », (5) « Vous lisez des documents sur la façon de créer une entreprise et vous consultez les sites des structures d'appui à la création d'entreprise », (6) « Vous économisez de l'argent dans le but de créer une entreprise ». L'analyse de fiabilité démontre un Alpha de Cronbach satisfaisant ($\alpha=0.685$).

Les variables indépendantes- Les caractéristiques personnelles. Cette variable a été évaluée à l'aide d'une échelle de 23 items adaptés de Kolvereid (1996a). Dans son étude, Kolvereid (1996a) a identifié plusieurs raisons qui pousseraient un individu à poursuivre une carrière salariale (e.g. éviter la responsabilité, la promotion, l'environnement social), ou une carrière entrepreneuriale (e.g. indépendance, autorité, challenge ou défi, réalisation de soi). Ces caractéristiques reflètent quelque part les motivations entrepreneuriales de l'individu. Pour les fins de notre étude, nous avons sélectionné principalement les items pouvant résulter d'une carrière entrepreneuriale. Par ailleurs, de nombreux auteurs ont suivi la même procédure, proposée par Kolvereid (1996a) (e.g. Tkachev & Kolvereid 1999 ; Kolvereid & Isaksen 2006 ; Boissin et al. 2009). Des analyses en composantes principales ont été réalisées. Après élimination des items dont la contribution factorielle est faible ou instable, la dernière rotation a mis en exergue une structure factorielle en cinq dimensions : « Besoin d'autonomie » (5 items), « Qualité de vie » (5 items), « Avoir un statut social » (4 items), « Réalisation de soi » (3 items), « Besoin de sécurité financière » (2 items). Ces facteurs rendent compte de 57% de l'information totale expliquée. Les valeurs de l' α de Cronbach varient quant à elles entre 0.53 et 0.80.

Les conditions environnementales. Bien qu'il n'existe pas encore d'échelle validée et unanimement acceptée par les chercheurs pour mesurer cette variable, nous avons développé notre propre échelle en nous basant sur des études antérieures (e.g. Schwarz et al., 2009 ; Taormina et Lao, 2007 ; Franke et Luthje, 2004 ; Luthje et Franke, 2003 ; Goetz et Freshwater

2001). Cette échelle a été adaptée au contexte de notre étude en utilisant neuf items : (1) « L'environnement des affaires est défavorable à la création d'entreprise », (2) « Les politiques publiques en faveur de la création d'entreprise sont stables », (3) « Les dispositifs d'aide à la création sont accessibles », (4) « La politique fiscale est favorable à la création d'entreprise », (5) « Les dispositifs d'aide encourageraient la création d'entreprise », (6) « La difficulté d'accès aux crédits freine la création d'entreprise » (7) « Avoir un réseau de connaissances faciliterait la création d'entreprise », (8) « Le chômage vous encouragerait à vous lancer dans un projet de création », (9) « La bureaucratie et les lourdeurs administratives constituent un obstacle à la création d'entreprise ». L'analyse de la cohérence interne montre un α de Cronbach acceptable (0.60).

Les variables de contrôle. Les étudiants ont été questionnés sur leurs âge, sexe (codé : 0 pour homme et 1 pour femme), niveau d'étude (1= L3, 2= M1, 3= M 2), expérience professionnelle (1= oui, 0 = non), ainsi que leur expérience entrepreneuriale (0 = non, 1= oui). Des questions leur ont également été posées concernant le suivi de formations en entrepreneuriat (0 = non, 1 = oui), l'existence de mentors (0 = non, 1 = oui), ou encore le fait d'avoir un de leurs parents ou famille proche comme entrepreneur (0 = non, 1 = oui).

4.- Résultats

Cette étude se propose d'analyser, en utilisant la technique de régression multiple hiérarchique, l'influence relative des variables personnelles et contextuelles sur l'intention entrepreneuriale d'un échantillon d'étudiants algériens en fin de cycle. Pour ce faire, le logiciel SPSS version 25 a été employé. Tout d'abord, un test de corrélation de Pearson a été réalisé. Ce dernier a permis d'écarter d'entrée tout effet de multicollinéarité entre les variables dépendantes et indépendantes. Le tableau n° 3 indique en effet des valeurs inférieures au seuil recommandé de 0,7- la valeur maximale étant de 0,497 (Gavard-Perret et al., 2008). Pour réaffirmer ce constat, un examen complémentaire de multicollinéarité a été réalisé en observant les valeurs du VIF (Variance Inflation Factor). Premièrement, les valeurs de la tolérance sont toutes supérieures au seuil recommandé, soit 0,3 (Carricano et Poujol, 2008)- la valeur minimale observée dans notre régression est de 0,605. Deuxièmement, les valeurs du VIF pour chacune des variables sont inférieures à 10 (Neter et al., 1996)- la valeur maximale étant de 1,653. Il n'existe donc pas de risque de multicollinéarité pouvant invalider les résultats de notre recherche.

L'examen des corrélations montre que les caractéristiques de la personnalité en termes d'autonomie, de statut social et de réalisation de soi sont fortement et positivement corrélées avec la variable dépendante ($p < 0,001$), et dans une moindre mesure pour le besoin de sécurité financière ($p < 0,05$). Toutefois, il n'existe aucune corrélation entre la recherche d'une bonne qualité de vie et l'intention entrepreneuriale ($p > 0,1$). Le tableau n°3 révèle également que les perceptions des conditions environnementales sont positivement et significativement corrélées avec l'intention ($p < 0,05$). Les variables démographiques, à savoir, l'âge, la formation en entrepreneuriat, la famille d'entrepreneurs, les mentors, l'expérience entrepreneuriale et l'expérience professionnelle sont toutes positivement et significativement avec l'intention de démarrer une entreprise au seuil de $p < 0,1$ ou mieux ; excepté pour le sexe qui est négativement corrélé avec la variable dépendante ($\beta = - 0,12$; $p < 0,05$). Cela suggère

que les étudiants de sexe masculin sont plus enclins à une carrière d'entrepreneurs que les femmes ; ce qui est admis généralement.

Tableau 3. Corrélations, Moyennes et Écart type

	Moy.	E-Type	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
IE	4,4983	1,2086	1													
Sexe	0,6258	0,4847	,120**	1												
Age	2,303	2,027	,077*	-,229***	1											
Formation	0,4603	0,4993	,092*	-0,069	,174**	1										
Famille d'entr	0,5629	0,4969	,078*	-0,005	0,039	0,024	1									
Mentors	0,55	0,498	,207***	0,043	-0,003	,128**	,182**	1								
Exper. Entrep	0,2483	0,4328	,295***	-,173**	,283***	,146**	,105**	,135**	1							
Exper. Prof	0,255	0,4366	,121**	-,191***	,363***	,191***	,117**	,117**	,367***	1						
Autonomie	6,1225	1,0026	,331***	-0,072	0,035	,090*	0,04	,226***	-0,011	0,054	1					
QDV	3,106	1,4171	-0,049	-0,084*	-0,023	-0,056	-0,074	-,084*	,123**	-0	-0,084	1				
Statut	5,5555	1,0708	,228***	-0,065	0,041	0,008	-0,018	0,047	-0,005	-0,03	,497***	,128**	1			
Réalisation	5,6279	1,0958	,273***	-0,002	-0,017	0,073	0,012	,177**	0,016	0	,465***	-,171**	,331***	1		
Sécurité	4,3129	1,5813	,176**	0,071	-0,014	-0,048	0,022	-0,01	-0,063	-0,02	,191***	,210***	,296***	,141**	1	
Environnement	4,6394	0,8315	,104**	0,056	0,041	0,032	,140**	,121**	,092*	,075*	,240***	-0,008	,227***	,137**	,090*	1

Corrélations de Pearson : *p < .05; **p < .01; ***p < .001

Source : Réalisé sous SPSS V. 25

Pour tester les nos hypothèses de recherche, nous procédons à une régression hiérarchique en trois blocs : les variables démographiques (bloc 1), l'autonomie, la recherche de bonne qualité de vie, le statut social, la réalisation de soi et la sécurité financière (bloc 2) et les perceptions

des conditions environnementales (bloc 3). Les deux derniers blocs représentent les variables principales de notre modèle, tandis que le premier intègre les variables de contrôle.

Tableau 4. Régression multiple hiérarchique

	M1	M2	M3
<u>VARIABLES DE CONTROLE</u>			
SEXE	-,087	-0,81	-,079
AGE	-,018	-0,31	-,031
FORMATION	,032	,015	,015
FAMILLE D'ENTREPRENEURS	,021	,013	,016
MENTORS	,170**	,097	,098
EXPER. ENTREPRENEURIALE	,260***	,299***	,301***
EXPER. PROFESSIONNELLE	-,013	-,014	-,014
<u>VARIABLES PRINCIPALES</u>			
AUTONOMIE		,194**	,197**
QUALITÉ DE VIE		-,088	-,088
STATUT SOCIAL		,057	,060
RÉALISATION DE SOI		,104	,105
SÉCURITÉ FINANCIERE		,151**	,151**
ENVIRONNEMENT			-,020
R ²	,124	,253	,253
R ² AJUSTE	,103	,222	,220
F	5,942***	8,155***	7,516***
F-CHANGE	5,942***	9,982***	8,318***

Coefficients standardisés : *p <.05; **p <.01; *** p<.001

Sources : Réalisé sous Spss v. 25

Les résultats des régressions, illustrés dans le tableau n° 4, montrent que le modèle global (M3) explique 22% de la variance de l'intention entrepreneuriale. Le modèle 1 (M1) comprenant les caractéristiques des étudiants ainsi que celles de leur entourage immédiat semble significatif (F = 5,942 ; sig. = 0,001). Cependant, sur les sept variables de contrôle, seulement deux d'entre elles influencent significativement l'intention entrepreneuriale des étudiants. Il s'agit en l'occurrence de Mentors ($\beta = 0,170$; sig. = 0,01) et de l'expérience entrepreneuriale ($\beta = 0,260$; sig. = 0,001). Le modèle 2 (M2) intègre, en plus des variables de contrôle, les caractéristiques de la personnalité des étudiants. Ces dernières semblent contribuer de manières très significatives à l'explication de l'information totale, en faisant varier le coefficient de détermination ajusté R² ajusté de 0,103 à 0,222 ($\Delta R^2 = 0,129$; F = 8,155, F-change = 9,982 ; sig. = 0,001). De plus, l'examen de l'effet de chacun des facteurs sur l'intention indique que la variation de l'information totale ($\Delta R^2 = 0,129$) est induite par le besoin d'autonomie ($\beta = 0,194$; sig. = 0,01) et la sécurité financière ($\beta = 0,151$; sig. = 0,01). En d'autres termes, sur les cinq facteurs composant les caractéristiques personnelles, seules l'autonomie et la sécurité financière influencent positivement et significativement l'intention de se lancer en affaires chez les étudiants. Enfin, le troisième modèle (M3) intègre la deuxième variable indépendante, à savoir, les perceptions des conditions environnementales. Celle-ci est tout simplement non significative.

Cette régression peut également être analysée en observant la puissance des variables personnelles par rapport aux variables environnementales. Il est question ici d'analyser la puissance de la régression (power effect of the regression) en calculant la « taille de l'effet » (the effect size). Selon Cohen (1992, p. 156-157), la taille de l'effet dans le cas d'une régression multiple s'obtient comme suit : $f^2 = R^2/1 - R^2$. Dans sa grille d'interprétation, l'auteur classe cette grandeur en effet faible, effet moyen et effet fort, en leur attribuant des valeurs minimales de 0.02, 0.15 et 0.35, respectivement. Ainsi, l'influence combinée des deux variables de personnalité (autonomie et sécurité financière) a produit un effet moyen de 0,148 ; tandis que les variables environnementales n'ont aucun effet, car elles ne sont pas significatives. Par conséquent, l'hypothèse H1 est validée, tandis que H2 est rejetée.

Tableau 5. Régression de l'IE sur les éléments spécifiques de l'environnement

ITEMS	
ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES (R)	,115*
POLITIQUES PUBLIQUES	,031
PLOTIQUES FISCALES	-,041
ACCÈS AUX CRÉDITS	-,049
DIPSOTIFS D'AIDE ET D'APPUI A LA CRÉATION D'ENTREPRISE	-,130*
ACCESSIBILITÉ AUX DISPOSITIFS ET PROGRAMMES D'APPUI A L'ENTREPRENEURIAT	,070
LE CHÔMAGE VOUS ENCOURAGERAIT A VOUS LANCER EN AFFAIRES	,068
AVOIR UN RÉSEAU FACILITERAIT LA CRÉATION D'ENTREPRISE	,168**
LA BUREAUCRATIE CONSTITUE UN OBSTACLE POUR VOUS LANCER EN AFFAIRES	,019
R²	0,064
R² AJUSTE	0,035
F	2,207*

COEFFICIENTS STANDARDISÉS : *P <.05 ; **P < .01 ; ***P<.001

Source : Réalisé sous SPSS v. 25

L'un des objectifs de cette recherche était de déterminer l'influence des perceptions des conditions environnementales sur l'intention entrepreneuriale. Les résultats des régressions ont néanmoins démontré les limites d'une analyse en bloc de la variable environnementale. C'est pourquoi nous avons pensé que des régressions complémentaires révéleraient de possibles influences des facteurs spécifiques de cette variable sur l'intention de créer une entreprise. Ainsi, des régressions ont été effectuées en utilisant les 9 facteurs (items) composant la variable environnementale comme des prédicteurs de l'intention, indépendamment des effets des caractéristiques démographiques et personnelles (ces dernières ayant été supprimées de la régression).

Le tableau n°5 démontre que le modèle de régression de l'intention entrepreneuriale sur les items de l'environnement est significatif ($F(9, 292) = 2,207$; $p < 0,05$). Les résultats obtenus révèlent que l'environnement des affaires (R^4) ($\beta = 0,115$; sig. = 0,05) et les dispositifs d'aide et d'appui à la création d'entreprise ($\beta = -0,130$; sig. = 0,05) influencent négativement l'intention d'entrée en affaires chez les étudiants, tandis que l'existence d'un réseau a impact positif ($\beta = 0,168$; sig. = 0,01). Les autres items n'ont quant à eux aucun effet sur l'intention.

5.- Discussion

Cette étude s'est intéressée au débat dans la littérature concernant l'influence relative de deux types de variables sur l'intention entrepreneuriale, à savoir, les caractéristiques de la personnalité (l'autonomie, la qualité de vie, le statut social, la réalisation de soi et la sécurité financière) et l'environnement entrepreneurial (le climat des affaires, les politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprise, la politique fiscale, les réseaux, ou encore les dispositifs de soutien et d'accompagnement). Tout d'abord, excepté le sexe qui est négativement corrélé, toutes les autres variables présentaient des corrélations positives et significatives avec notre variable dépendante. Par ailleurs, les régressions des variables de contrôle révèlent une très forte influence de l'expérience entrepreneuriale antérieure sur l'intention entrepreneuriale. En effet, l'exposition précoce à l'entrepreneuriat, notamment, à travers les expériences entrepreneuriales, renforce les perceptions de faisabilité et de désirabilité chez les individus, confortant par là même, leurs intentions entrepreneuriales (Krueger, 1993). Selon Bruyat (1993), ces expériences en matière de création d'entreprise augmentent sensiblement les compétences et les ressources perçues ainsi que les possibilités perçues de l'environnement chez l'entrepreneur potentiel (e.g. réseau relationnel, capacité à identifier les opportunités d'affaires, etc.). Ainsi, Fayolle et Gailly (2015) recommandent de prendre en considération l'exposition entrepreneuriale lors de l'élaboration des programmes de formation en entrepreneuriat, afin de garantir une meilleure efficacité pour l'étudiant. Le mentorat semble également avoir une certaine influence sur l'orientation entrepreneuriale. Les résultats des régressions attestent que l'existence d'un mentor dans l'entourage immédiat de l'étudiant affecte significativement l'intention de ce dernier à rentrer en affaires. C'est ce qui ressort de l'étude de Saint-Jean et Mathieu (2011). En réalisant une enquête auprès d'un échantillon d'entrepreneurs novices, les auteurs avancent que le mentorat contribue de manière significative au développement du sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale, et par conséquent, à mieux s'engager dans leurs projets entrepreneuriaux. Ces conclusions sont corroborées par les études de Krueger (2000) et Johannisson (1991) selon lesquelles le mentorat influence positivement le comportement entrepreneurial de l'individu, en agissant sur leurs sentiments d'auto-efficacité et intentions entrepreneuriales. Ils le considèrent d'ailleurs comme l'une des formes d'accompagnement et d'apprentissage les plus appréciées par les entrepreneurs novices.

Les régressions des variables principales démontrent que la personnalité représente la plus grande part de la variance expliquée de l'intention entrepreneuriale, tandis que

⁴ Cet item a été posé dans sa forme négative pour mesurer les perceptions des étudiants, d'où le signe (R) pour signifier « inversé » : « L'environnement des affaires est défavorable pour créer une entreprise ».

l'environnement n'a aucune influence. À ce stade du processus entrepreneurial (phase d'intention), l'environnement externe a peu ou pas du tout d'effet sur l'intention de créer une entreprise chez les étudiants. C'est plutôt les caractéristiques personnelles et les motivations de l'individu (le besoin d'autonomie et la sécurité financière) qui ont le plus d'impact. Ces résultats sont conformes à ceux de Schwarz et al. (2009) selon lesquels seul le milieu universitaire, en plus des variables attitudinales et de personnalité, influence l'intention de créer une entreprise. Les autres facteurs environnementaux (e.g. l'environnement des affaires et les conditions du marché) n'ont aucun effet sur l'intention entrepreneuriale des étudiants autrichiens. Bien que les résultats de Taormina et Lao (2007) sont contraires en ce qui concerne l'influence de l'environnement, ces derniers soutiennent l'importance des caractéristiques de la personnalité en phase d'intention. En réalisant une comparaison entre trois groupes⁵, les auteurs affirment que, pour le groupe 2 « intentionnel », les variables psychologiques ont produit un effet plus important que l'environnement entrepreneurial, bien qu'elles soient toutes les deux significatives. Inversement, pour le groupe 3 « entrepreneurs », l'environnement des affaires a généré un effet élevé, alors que les variables personnelles ont eu peu d'effet. Ce résultat pourrait ainsi indiquer que les perceptions de l'environnement entrepreneurial deviennent importantes, de sorte qu'elles l'emportent sur certains facteurs personnels, une fois le processus de création engagé. En d'autres termes, l'environnement entrepreneurial a plus d'effet en aval du processus entrepreneurial qu'à son amont.

Des régressions plus poussées sur les facteurs environnementaux ont révélé que le climat des affaires affecte négativement l'orientation entrepreneuriale des étudiants. Et ce, en dépit de la batterie de mesures prises par l'État, censées justement améliorer le climat des affaires et insuffler une dynamique entrepreneuriale dans la société (Yaici, 2014). À partir du moment où les étudiants perçoivent un environnement entrepreneurial défavorable, ils deviennent plus pessimistes, et par conséquent, plus réticents au démarrage d'une entreprise, que quand l'environnement des affaires leur paraît favorable (Lüthje et Franke, 2003 ; Nabi et Liñán, 2013 ; Karimi et al., 2015). Ce résultat ne semble donc pas surprenant, lorsque l'on sait que l'Algérie termine souvent en bas des classements régionaux et internationaux en termes de facilité à faire des affaires (Doing business, 2019). En outre et contrairement à nos attentes, les dispositifs d'aide au financement et d'appui à la création d'entreprise n'ont, non seulement, pas eu l'effet escompté sur les perceptions entrepreneuriales des étudiants, mais elles ont même eu un effet négatif. Les mauvaises expériences entrepreneuriales enregistrées notamment dans le cadre de l'ANSEJ (30% des bénéficiaires n'ont pas remboursé leurs dettes), ainsi qu'un taux de mortalité d'entreprises qui atteint les 10% avec un contentieux impayé de 25 milliards de dinars⁶, expliqueraient en partie la réticence des jeunes diplômés à aller vers ce type de dispositifs pour créer leurs entreprises. La peur de devenir des chômeurs endettés alors qu'ils n'étaient que de simples chômeurs semble prendre le dessus (la peur de l'échec) (GEM, 2009). D'autre part, la culture très familiale de l'entrepreneur algérien l'incite souvent à faire appel à la sphère familiale et/ou amicale pour se financer ou demander conseil, plutôt qu'à solliciter les organismes d'appui à la création d'entreprise (GEM, 2009 ; Abedou

⁵ Groupe 1 = ne veulent pas créer une entreprise ; Groupe 2 = ayant l'intention de créer une entreprise ; Groupe 3 = entrepreneurs.

⁶ « Depuis la mise en place en 1996 du dispositif ANSEJ, plus de 372.000 micro-entreprises ont été créées avec un taux de mortalité de ces dernières estimé à 10% ... 21 000 projets ont été indemnisés, à ce jour, par le Fonds de garantie, soit 25 milliards de dinars de remboursés aux banques » (déclaration de la DG de l'ANSEJ Mme. Samira Djaidier, reprise par le quotidien « Le Courrier d'Algérie » du 08.03.2018).

et al., 2011). Enfin, avoir un réseau personnel faciliterait sensiblement la création d'entreprise. L'existence d'un réseau relationnel (réseautage ou Maarifa, en jargon algérien) est une condition souhaitable, voire, nécessaire pour tout individu désirant créer sa propre entreprise (Verstaete et Saporta, 2006). Depuis que la création d'une entreprise est devenue si complexe en Algérie, il est difficile de réussir en affaires sans l'aide d'autres personnes. Le réseautage social est devenu l'une des pratiques les plus répandues dans le milieu entrepreneurial.

6.- Conclusion

En examinant conjointement l'effet des variables personnelles et environnementales sur l'intention de créer une entreprise, cette étude contribue à la littérature générale sur l'intention entrepreneuriale. Une telle configuration a permis d'étudier les rôles relatifs de la personnalité et de l'environnement dans l'orientation entrepreneuriale, à travers trois axes de recherche : l'étude des caractéristiques de la personnalité, l'étude de l'environnement entrepreneurial et l'étude de l'approche intentionnelle. De plus, en adaptant les construits et les hypothèses au contexte spécifique de l'Algérie, nous avons contribué aux appels pour la recherche sur l'intention entrepreneuriale dans les pays en développement, dont les contextes socioéconomiques et culturels sont bien différents de ceux des pays développés. Enfin, notre étude suggère d'intégrer les variables de personnalité et celles liées à l'environnement dans les modèles d'intention entrepreneuriale.

Les caractéristiques de la personnalité se sont révélées comme les variables ayant le plus d'effet sur l'intention entrepreneuriale. Cela suppose qu'à ce stade du processus en entrepreneurial (i.e. intention), elles sont plus importantes que les conditions environnementales dans l'explication de l'intention entrepreneuriale des étudiants. Ces derniers n'ayant pas encore été confrontés à leur environnement, ce sont leurs caractéristiques personnelles qui guident leurs intentions entrepreneuriales. Les décideurs politiques et les responsables des structures d'appui et d'accompagnement ainsi que les éducateurs devraient prendre en considération ces caractéristiques saillantes pour la mise en place de formations adéquates aux profits des étudiants. En effet, certaines caractéristiques personnelles et compétences peuvent être apprises et donc changer et modifier au fil du temps (Krueger et Brazeal, 1994). Selon Sanchez (2013), les caractéristiques de personnalité telles que l'efficacité personnelle, la proactivité et la propension à la prise de risque se voient améliorer grâce à des programmes de formation en entrepreneuriat, augmentant de la sorte l'orientation des étudiants vers l'entrepreneuriat. Cela suggère que ces éléments de personnalité devraient être pris en compte lors de la sélection des étudiants pour les formations, ou encore pour cibler les entrepreneurs potentiels (Karimi et al., 2015). Par exemple, lorsqu'on est dans l'obligation de financer un nombre limité d'entrepreneurs, les candidats ayant déjà des niveaux plus élevés de caractéristiques de personnalité devraient être ciblés (Luthje et Franke, 2003).

Par ailleurs, bien qu'ils n'aient pas la même influence que les variables de personnalité, des analyses plus poussées ont démontré que certains facteurs de l'environnement influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants algériens. Les décideurs et les responsables de la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays devraient revoir les dispositifs et programmes d'appui à la création d'entreprise, de manière à ce qu'ils soient plus efficaces. Une sélection plus ciblée à la fois des projets à financer et des profils d'entrepreneurs, ainsi qu'une meilleure allocation des ressources serait déjà des premières mesures nécessaires. Ces dispositifs

devraient sortir de leur logique sociale d'absorption de chômage qui a fait leur échec ces dernières années, et s'inscrire désormais dans une perspective de création de richesses et de valeur ajoutée (Mahmoudi, 2019).

Enfin, notre étude rend compte des perceptions des étudiants à un moment donné du processus entrepreneurial (i.e. phase d'intention) et dans un contexte bien précis. C'est donc une étude transversale qui ne permet pas des conclusions fermes quant à l'impact relatif des éléments personnels et environnementaux. Une étude longitudinale semble nécessaire pour déterminer avec précision l'effet des caractéristiques de personnalité et les facteurs environnementaux sur l'intention entrepreneuriale. Une comparaison entre différents groupes (e.g. ceux n'ayant pas l'intention de créer, les intentionnels et les entrepreneurs) pourrait éclaircir davantage l'interaction entre les facteurs de personnalité et l'environnement (e.g. Schwarz et al., 2009).

Les mesures utilisées dans cette recherche ne sont pas les seules mesures pertinentes des caractéristiques de personnalité et des conditions environnementales. Une étude qualitative approfondie auprès des jeunes diplômés et d'entrepreneurs pourrait faire émerger des mesures plus pertinentes que la revue de littérature aurait ignorées.

Pour conclure, notre échantillon d'étude est composé d'étudiants algériens en fin de cycle, ce qui permet une certaine généralisation des résultats dans un contexte d'enseignement supérieur et dans les pays en développement en particulier. Toutefois, un cadre plus élargi et une modélisation multidimensionnelle, en intégrant les antécédents directs de l'intention (Attitude, Normes sociales et contrôle perçu) en tant que médiateurs, pourraient être plus généralisables à d'autres contextes (Fini et al., 2012 ; Karimi et al., 2015).

Références bibliographiques

Abedou A, al (2011) L'entrepreneuriat en Algérie. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 116 pages.

Ajzen I (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2) : 179-211.

Ajzen I (2002) Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32 (4) : 665– 683.

Aknine S R, Ferfera M Y (2014) Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : Une lecture à partir des dispositifs de soutiens et d'aide à la création des entreprises. *Revue des sciences Economiques et de Gestion* 14 : 65-78.

Autio E, et al (1997) Entrepreneurial Intent among Students: Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia and in the USA. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College.

Begley TM et al (2005) Politico-economic factors associated with interest in starting a business: A multi-country study. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 29(1) : 5-55.

Ben-Habib et al (2008) Les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie, cas des diplômées de l'enseignement supérieur. *Les Cahiers du CREAD*, 110 : 75-99.

Bird B (1988) Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review* 13(3) : 442-453.

Bird B J (1992) The Operation of Intentions in Time: The Emergence of the New Venture. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 17(1) : 11-20.

Bird B, Jelinek M (1988) The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice* 13(2) : 21-29.

Boyd N G, Vozikis GS (1994) The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18 : 63-77.

Brockhaus R H (1975) I-E Locus of Control Scores As Predictors of Entrepreneurial Intentions. *Academy of Management Proceedings* 1975(1) : 433-435.

Brockhaus R H (1980) Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal* 23(3) : 509-520.

Bruyat C (1993) Création d'entreprise : Contributions Epistémologiques et Modélisation. Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), Ecole Supérieure des Affaires 435 pages.

Carland J W, al (1988) Who is an entrepreneur? » Is a Question Worth Asking. *American Journal of Small Business* 12(4) : 33-40.

Carricano M, Poujol F (2008) Analyse de données avec SPSS. Pearson France.

Fayolle A, Gailly B (2015) The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management* 53(1) : 75-93.

Fayolle A, Linan F (2014) The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research* 67(5) : 663-666.

Fini R, al (2012) The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 36(2) : 387-414.

Franke, N, Lüthje C (2004) Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management* 1(3) : 269-288.

Gartner W B (1989) Who Is an Entrepreneur ?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 12(4) : 47-67.

Gavard-Perret M L, al (2008) Méthodologie de la recherche », Editions Pearson Education France.

GEM (2009) Rapport Régional GEM-MOAN (Moyen-Orient & Afrique du Nord) », *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* 178 pages.

Ghouati A (2017) L'insertion professionnelle des diplômés au Maghreb. Quel(s) effet(s) de la professionnalisation des formations ? Professionnalisation des formations, employabilité et insertion des diplômés, 30/6 et 01/07/2016 à Clermont-Ferrand, Ecole Universitaire de Management, Université d'Auvergne, Jun 2016, Clermont-Ferrand, France. <hal-01671188>.

Gnyawali D R, Fogel D S (1994) Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 18(August) : 43-62.

Goetz S J, Freshwater D (2001) State-Level Determinants of Entrepreneurship and a Preliminary Measure of Entrepreneurial Climate. *Economic Development Quarterly* 15(1) : 58-70.

Hadade I, al (2018) Software Prefetching for Unstructured Mesh Applications. in 2018IEEE/ACM 8th Workshop on Irregular Applications: Architectures and Algorithms (IA3), Dallas, TX, USA. <https://doi.org/10.1109/IA3.2018.00009>

Hansemark O C (1998) The effects of an entrepreneurship programme on Need for Achievement and Locus of Control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 4(1) : 28-50.

Hansemark O C (2003) Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology* 24(3) : 301-319.

Hernandez E M (2008) L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle. *Revue française de gestion* 2008/5(185) : 89-105.

Izzrech K, al (2013) Investigating Entrepreneurship Among Algerian Youth: Is It A Knowledge-Intensive Factory? *Journal of the Knowledge Economy* 4(3) : 319-329.

Johannisson B (1991) University training for entrepreneurship: a Swedish approach. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(1) : 67-82.

Karimi S, al (2015) Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology* 52(3) : 227-240.

Katz J A (1990) Longitudinal analysis of self-employment follow-through. *Entrepreneurship & Regional Development* 2(1) : 15-26.

Kherbachi H, Boukrif M (2008) Analyse du dispositif algérien pour la création de l'emploi Cas de la région de Bejaia. in **Abdou A, al** PME, Emploi et relations sociales. L'Harmattan.

Kolvereid L (1996a) Organisational Employment Versus Self Employment: Reasons for Career Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 20(3) : 23-31.

Kolvereid L (1996b) Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 21(1) : 47-57.

Kolvereid L, Isaksen, E (2006) New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6) : 66-885.

Krueger N F (2000) The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 24(3) : 5-23.

Krueger N F, al (2000) Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 15(5-6) : 411-432.

Krueger N F, Brazeal D V (1994) Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3) : 91-104.

Krueger N F, Carsrud A L (1993) Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development* 5(4) : 315-330.

Leghima A, Djema (2014) PME et innovation en Algérie : limites et perspectives. *Marché et organisations* 20(1) : 73-98.

Lerner J (1999) The government as venture capitalist: The long-run impact of the SBIR program. *Journal of Business* 72(3) : 285–318.

Lüthje C, Franke N (2003) The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management* 33(2) :135-147.

Madoui M (2008) Les nouvelles figures de l’entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie. *Les Cahiers du CREAD* (85-86) : 45-58.

Mahmoudi M (2019) L’intention entrepreneuriale des étudiants Maghrébins: Une approche comparée. Thèse pour l’obtention du diplôme de Doctorat troisième cycle en Economie et Gestion, université A. Mira de Bejaia.

McClelland D.C (1961), “The Achieving Society”, University of Illinois at Urbana Champaigns Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship 532 pages.

Mitchell R K et al (2007) The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 31(1) : 1-27.

Nabi G, Liñán F (2013) Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 19(6) : 633-655.

Neter, J., Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., & Wasserman, W. (1996), “Applied linear statistical models”

Rajman R (2001) Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago. *Journal of Socio-Economics* 30(5) : 393-411.

Robinson P B et al (1991) An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 15(4) : 13-31.

Schere J L (1982) Tolerance of Ambiguity as a Discriminating Variable Between Entrepreneurs and Managers. *Academy of Management Proceedings* 8(1) : 404-408.

Schwarz E J et al (2009) The effects of attitudes and perceived environment conditions on students’ entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training* 51(4) : 272-291.

Shaver K G, Scott L R (1991) Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 16(4) : 23–44.

St-Jean E, al (2014) Entrepreneurial intentions of university students: an international comparison between African, European and Canadian students. *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management* 18(2/3) : 95-114.

Taormina R J, Lao S K-M (2007) Measuring Chinese entrepreneurial motivation: Personality and environmental influences. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 13(4) : 200-221.

Tkachev A, Kolvereid L (1999) Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development* 11(3) : 269-280.

Tounés A (2003) L'Intention Entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE ». Thèse pour l'obtention de grade de Docteur en sciences de gestion, université de Rouen 462 pages.

Tounés A, Mahmoudi M (2022) The Entrepreneurial Intention of Algerian Students: Between Disillusionment of the Entrepreneurial Climate and Self-Confidence. *Journal of Enterprising Culture* 30(01) : 91-121.

Verstraete T, Saporta B (2006) Création d'entreprise et Entrepreneuriat. Editions de l'ADREG.

Wilkinson T J (2006) Entrepreneurial Climate and U.S. State Foreign Trade Offices as Predictors of Export Success. *Journal of Small Business Management* 2006 44(1) : 99-113.

Yaici F N (2014) Les PME et l'emploi en Algérie: Une diversité de dispositifs d'appui pour quels résultats? *Les Cahiers du CREAD* 110 : 53-73.

Zhao H, al (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology* 90(6) : 1265-1272.

Zhao H, Seibert S E (2006) The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology* 91(2) : 259-271.