

La formation universitaire comme mécanisme d'incitation à l'entrepreneuriat, étude de cas: Université de Boumerdes.

University training as incentive mechanism for entrepreneurship, practical study: University of Boumerdes.

-Lounes Houda : Université Mhamed Bougara Boumerdes, houda_lounes@hotmail.fr

-Arkoub Ouali : Université Mhamed Bougara Boumerdes, arkoub12@hotmail.fr

Received:14/10/2019

Accepted :05/01/2020

Published :15/01/2020

Abstract:

The entrepreneurial act is determined by many factors related to entrepreneur's characteristics, needs and behavior. There are also external factors that can push individuals to create a company. University training, through its content, is recognized today as a way to encourage students to start their businesses. This article aimed to estimate how university training can be a condition and incentive mechanism for business creation, through an exploratory study on a sample of students from the University of Boumerdes.

Key words: Entrepreneurship, Training, University, Company

Jel Classification Codes: L26, I23

Résumé :

L'acte d'entreprendre est déterminé par une multitude de facteurs liés aux caractéristiques, aux besoins et au comportement de l'entrepreneur. Il existe également des facteurs externes qui peuvent consolider son intention d'entreprendre. La formation universitaire, à travers son architecture et son contenu, est reconnue aujourd'hui comme un moyen d'inciter les étudiants à créer leurs entreprises. Cet article porte sur l'estimation du rôle de la formation universitaire comme condition et mécanisme d'incitation à la création d'entreprise, auprès d'un échantillon d'étudiants.

Mots-Clés : Entrepreneuriat, Formation, Université, Entreprise.

Jel Classification Codes: L26, I23

Introduction:

L'entrepreneuriat revêt aujourd'hui une importance incommensurable, considéré même comme une alternative au salariat, l'entrepreneuriat est encouragé chez les jeunes et les diplômés universitaires. Dans les universités modernes, il est enseigné et les étudiants porteurs de projets sont encadrés au sein de pépinières créées à cet effet. En Algérie, beaucoup d'efforts sont consentis par l'État pour encourager et faciliter la création d'entreprise, quant aux actions menées par les universités, elles sont encore au stade embryonnaire.

Il est admis par tous que l'université est confrontée à un lot quotidien de problèmes de gestion comme conséquences au nombre démesuré des étudiants et du faible taux d'encadrement. Ainsi le souci majeur des administrateurs demeure le bon déroulement de l'année universitaire sans perturbations majeures et ils doivent dans la mesure du possible satisfaire aux objectifs socio-économiques assignés à l'université. C'est ainsi que l'enseignement de l'entrepreneuriat fut introduit à toutes les universités dans les disciplines commerciales et économiques où les étudiants sont déjà initiés au monde des affaires sans toutefois uniformiser le contenu du programme. Il incombe aux enseignants d'identifier les connaissances requises pour rendre les étudiants des potentiels entrepreneurs.

Le but de cet article est de décrire le rôle de l'université comme déterminant de l'acte d'entreprendre et l'estimer par la suite chez les étudiants de la faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion de l'université de Boumerdes. La problématique de la recherche peut être formulée comme suit : la formation universitaire est-elle perçue par les étudiants comme condition requise à la création d'entreprise ? Et quelle est sa part parmi les mécanismes d'incitation pour les étudiants qui désirent entreprendre ?

L'enseignement de l'entrepreneuriat étant au stade embryonnaire, on ne peut supposer que ses effets escomptés peuvent être mesurables, il sera question donc d'étudier le rôle d'une formation, comprenant un programme sur l'entrepreneuriat, dans l'incitation à la création d'entreprise. Le questionnaire remis aux étudiants ainsi que les données recueillies nous permettront de vérifier l'authenticité de l'hypothèse suivante : la formation universitaire est une condition importante à la réussite dans la création d'entreprise, et à travers la sensibilisation, la compréhension du monde des affaires qu'elle permet, elle incite les étudiants à entreprendre.

I. Définition du concept : l'entrepreneuriat, qui est traduit de l'anglais « entrepreneurship », désigne de façon simpliste l'aspiration d'une personne à la création d'entreprise. D'après Fayolle et Fillion (2006) « 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 entrepreneurs et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise » (Berreziga, 2012).

Actuellement, ce sont les futurs diplômés qui doivent prendre conscience de l'option de créer leur entreprise au lieu d'envisager uniquement le salariat comme carrière. En effet, on assiste depuis deux décennies déjà à une prise de conscience unanime sur la nécessité d'intégrer l'entrepreneuriat dans la politique de l'enseignement supérieur. La finalité étant d'abord de vulgariser le concept, initier chez les étudiants l'esprit d'entreprise et faire ainsi de tous les diplômés de potentiels entrepreneurs.

II. Les déterminants de l'acte d'entreprendre : ce n'est qu'à partir des années 60 que l'analyse de l'entrepreneur s'est élargie au-delà de ses fonctions économiques pour tenter de comprendre comment survient l'acte d'entreprendre. Ainsi la création d'une entreprise

dépendrait de plusieurs variables, la personnalité de l'entrepreneur, son comportement, et l'influence de son environnement.

II.1. Les approches par les caractéristiques et les besoins : cette approche repose sur l'hypothèse que certains traits psychologiques prédisposent l'entrepreneur à ses activités entrepreneuriales et que ces traits le différencient des non entrepreneurs. Plusieurs auteurs (McClelland, Moore, Collins) ont pu relever que les entrepreneurs sont des individus insatisfaits comparés aux autres. L'acceptation du risque pour eux émane d'un besoin matériel ou d'un besoin d'accomplissement, de leur insatisfaction à l'égard de leur situation. On a évoqué également le besoin de puissance qui impliquerait une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

Toutefois cette approche avait ses limites, il était impossible de classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Gartner (1988) avait montré l'impossibilité de définir des caractéristiques permettant de distinguer les entrepreneurs dans une population. Il a conclu alors que la recherche devait porter sur ce que fait l'entrepreneur, son comportement et non sur ce qu'il est (Hernandez, L'entrepreneuriat, approche théorique, 2001).

II.2. Les approches par les comportements : on considère que la création d'une entreprise est le résultat de multiples influences, l'entrepreneur n'est qu'un élément d'un processus complexe. Il est perçu à travers les activités qu'il est amené à réaliser pour que l'entreprise soit créée. Deux modèles sont théorisés dans les recherches :

- Le modèle de la formation organisationnel,
- Le modèle de l'intention entrepreneuriale et qui regroupe le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975), et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). (Boissin, Chollet, & Emin, 2005)

Cette dernière théorie constitue actuellement le fondement de bon nombre de programmes de recherche. Elle suppose que l'intention d'un individu est déterminée par :

- Son attitude ou son degré d'appréciation sur ce comportement. Il s'agira de connaître les caractéristiques professionnelles que valorisent l'individu et les besoins qu'il juge satisfaits par l'acte entrepreneurial.
- Sa perception des normes et des pressions sociales qui incitent ou n'incitent pas à adopter le comportement en question. En d'autres termes, l'intention est d'autant plus forte que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable dans l'environnement de l'individu.
- Le contrôle que l'individu pense avoir sur la situation ainsi que les compétences nécessaires. Le degré avec lequel l'individu pense pouvoir mener à bien la création d'entreprise.

Plusieurs études ont été menées pour vérifier la pertinence de ce modèle (Kolvereid 1996, Tkachev et Kolvereid 1999, Krueger et al 2000, Tounes 2003, Audet 2004, Boissin, Chollet, Emin 2008). Les croyances d'attitude et de contrôle sont clairement mises en évidence, les croyances normatives, par contre sont partiellement vérifiées. Et le déterminant le plus important de l'acte d'entreprendre est construit autour de l'existence de choix de vie professionnelle future, vient ensuite la capacité perçue de mener bien un projet de création d'entreprise. (Hernandez, 1999)

II.3. La dimension environnementale : on regroupe dans cette dimension chaque facteur externe susceptible de favoriser l'émergence de l'acte d'entreprendre chez l'individu, vu que l'action entrepreneuriale est indissociable de son environnement économique et technique et bien sûr de l'intervention des pouvoirs publics. (Boutillier & Uzunidis, 1999). Pour l'OCDE, l'esprit d'entreprise résulte de l'interaction des conditions cadres propices (on ne peut

développer une activité si les marchés fonctionnent mal), les programmes gouvernementaux bien conçus (qui apportent la souplesse, les financements et les flux d'information), une attitude culturelle positive (un environnement dans lequel l'esprit d'entreprise est tenu en haute estime et où on ne stigmatise pas l'échec). (OCDE, 1998).

On peut recenser les facteurs suivants :

II.3.1. L'incitation financière, l'accumulation des richesses par l'individu peut très bien le motiver pour créer une entreprise mais sans pour autant être un bon déterminant de l'acte d'entreprendre. (Elbachir & Chenini, 2014).

II.3.2. La famille : avoir un parent ou un membre de sa famille entrepreneur peut motiver l'individu pour devenir également entrepreneur. Tout comme le soutien apporté par la famille ou la désirabilité qu'elle manifeste à l'égard d'un tel choix.

II.3.3. L'expérience acquise : certains employés optent pour l'entrepreneuriat après avoir maîtrisé une certaine technologie au sein de leur entreprise, développer des contacts ou s'insérer dans des réseaux d'affaires propices. Les entreprises elles-mêmes encouragent et aident parfois leurs employés à monter leur affaire, une pratique qu'on appelle l'essaimage.

II.3.4. Le chômage : créer son entreprise peut être une façon de créer son propre emploi lorsque, pour diverses raisons, le marché de travail n'offre pas les opportunités d'emploi souhaitées. Même si l'individu travaille déjà, certains facteurs exceptionnels peuvent le motiver à créer son entreprise : le licenciement, l'insatisfaction ou les conflits au travail, le manque d'opportunités de carrière et de promotion, la discrimination....

II.3.5. La culture : les valeurs et les normes prédominants dans la société façonnent le devenir de tout individu, l'intensité et la vitalité entrepreneuriale, si elles existent déjà, contribuent à faire émerger l'acte d'entreprendre. Les besoins d'accomplissement, d'indépendance ou de puissance, révélés par McClelland sont propres à la culture anglo-saxonne ou européenne et sont considérés comme de puissants déterminants. Dans les pays en voie de développement, par contre où ces besoins sont faiblement identifiés, on crée son entreprise beaucoup plus pour survivre en raison du chômage, ou dans la nécessité de suppléer au revenu du ménage.

II.3.6. L'existence des opportunités d'affaire : favorisées à leur tour par, la croissance dans la demande des biens et services, les innovations émanant des universités ou des centres de recherches, la stabilité socio-économique, la croissance démographique en elle-même....

II.3.7. L'aide de l'État : à travers la création d'organismes destinés à accompagner les individus dans la création de leurs entreprises (incubateurs, pépinières, maisons de l'entrepreneuriat...), l'État encourage la pratique entrepreneurial. D'autres formes d'aide comme les avantages fiscaux, les crédits bancaires,...sont également accordés dans le but de promouvoir l'acte d'entreprendre.

II.3.8. La formation universitaire : plus la formation est de qualité, plus elle est professionnelle, orientée vers la pratique et plus les étudiants auront des chances d'innover ou d'avoir des idées à concrétiser en projets.

II.3.9. L'enseignement de l'entrepreneuriat : certaines recherches ont démontré que suivre des études sur l'entrepreneuriat augmente le niveau d'intention entrepreneurial et la perception de l'efficacité personnelle (Kolvereid et Moen 1997, Henderson et Robertson 1999, Noël 2001, Lüthje et Franke 2002, Peterman et Kennedy 2003, Fayolle et al. 2006). Le but principal selon Souitaris (2007) est avant tout inspirer les étudiants ou les diplômés à opter pour créer une entreprise. Car l'enseignement de l'entrepreneuriat comme déterminant,

reste une condition nécessaire mais non suffisante. Pour O'connor (2013), il demeure encore difficile d'isoler la formation à l'entrepreneuriat comme variable causale ou déterminante de l'acte d'entreprendre (Elbachir & Chenini, 2014).

II.3.10. Les expositions entrepreneuriales : il s'agit d'activités extra-universitaires que les étudiants peuvent exercer, où ils auront la possibilité de travailler en équipe, sous la pression, gérer des contraintes et des budgets. De fortes corrélations ont été constatées dans les recherches entre l'intention entrepreneuriale et des facteurs tels que la participation à la création et à la gestion d'associations étudiantes. (Fayolle 1996, Tkachev et Kolvereid 1999, Peterman et Kennedy 2003). (Fayolle & Gailly, 2009)

Les deux premières approches par les caractéristiques et les besoins, et celle par les comportements s'inscrivent beaucoup plus dans le cadre des sciences sociales et psychologiques car elles ont pour objet d'étude la personnalité de l'entrepreneur afin de cerner comment se consolide l'intention d'entreprendre. Nous allons donc nous appuyer sur la dimension environnementale dans notre recherche dès lors que la formation universitaire est reconnue comme facteur externe d'incitation parmi tant d'autres.

III. Le rôle de l'université : traditionnellement, la plus importante contribution de l'université dans le développement de l'économie résidait dans les innovations émanant de ses laboratoires et que les entrepreneurs avisés peuvent exploiter. Mais au delà de la recherche, il lui incombe également de promouvoir l'entrepreneuriat de façon beaucoup plus active, à travers ses formations ainsi que son encadrement. Il y a une tendance croissante, partout dans le monde, à redéfinir les modes d'enseignement de façon à inculquer l'esprit d'entreprise aux étudiants. Des universités novatrices mettent en place des incubateurs (avant la création) et des pépinières/couveuses (après la création) destinées à accompagner les porteurs de projets, appuyer leur stabilité et leur continuité et surtout relier les jeunes entreprises entre elles. Ces centres sont des hébergements immobiliers flexibles, dotés de services administratifs de base, d'une structure de conseil et de mise en relation avec des réseaux d'affaires locaux ou régionaux.

Les États-Unis demeurent la référence incontestable, en 1947 déjà, le premier cours sur l'entrepreneuriat a été dispensé à l'université de Harvard (Carrier, 2009). Toute l'industrie des logiciels était née au sein des universités. Le Massachusetts Institute of Technology, se trouve à l'origine de la création de plus de 5.000 entreprises lancées par ses étudiants et leurs enseignants dans les cinq ou quinze années ayant suivi l'obtention du diplôme (Attali, 1998).

Par ailleurs, il est établi dans les recherches que la création d'entreprise est corrélée positivement avec le niveau d'instruction. Plus le niveau d'éducation est élevé, plus importante est la tendance à entreprendre, et plus particulièrement pour les motifs d'opportunité (Abedou, Bouyacoub, & Kherbachi, 2011).

Ce rôle attribué à l'université trouve sa légitimité dans le consensus global autour de l'idée que l'esprit d'entreprise s'acquiert, il n'est pas inné. Il suffit de mettre en place les programmes appropriés pour l'enseignement de l'entrepreneuriat, moderniser la formation universitaire et convertir l'université elle-même en entreprise économique.

III.1. Le changement de paradigme : on suppose que l'esprit d'entreprendre ne résulte pas forcément de traits personnels, mais on peut le développer chez l'individu. M. Santi affirme que « l'esprit d'entreprendre n'est ni naturel, ni spontané, c'est le fruit d'un travail constant, d'une discipline d'esprit et d'action, d'une pratique quotidienne. Il n'est pas l'unique apanage de certains individus, de conformation propice, mais signifie certains savoirs, certaines aptitudes et attitudes qui peuvent être enseignées, renforcées et exploitées » (Firlas, 2012)

En 2000 déjà, le conseil européen de Lisbonne avait reconnu l'esprit d'entreprendre comme l'une des cinq compétences de base devant être acquises par les étudiants. En 2001, il a été érigé parmi les treize objectifs assignés à l'enseignement supérieur. Et en 2006, il a figuré parmi les huit compétences clés pour la formation à vie (Chambard, 2013).

La croissance vertigineuse du nombre de formations en entrepreneuriat lancées par les universités à travers le monde ces dernières décennies renseigne sur leur rôle désormais indiscutable dans la promotion de la création d'entreprise auprès des jeunes diplômés.

III.2. L'enseignement de l'entrepreneuriat : À ses débuts, l'entrepreneuriat était un sous-champ disciplinaire des sciences de gestion et d'économie. Ensuite il s'est généralisé à toutes les disciplines professionnelles et d'ingénieurs. Aujourd'hui, le programme est enseigné soit sous forme d'option, soit dans le tronc commun d'enseignement. Les universités britanniques l'ont intégré dans les années 90 et l'Allemagne en 1998. En 2009, « Le plan Étudiant-Entrepreneur » fut lancé en France afin de sensibiliser, former et accompagner à l'entrepreneuriat, et ce dans tous les parcours (Chambard, 2014). Trois objectifs sont assignés à ces formations :

- Valoriser en premier lieu l'activité indépendante et révéler aux étudiants leur potentiel entrepreneurial, le salariat n'est plus l'unique option qu'ils doivent envisager.
- Apprendre aux étudiants une façon de raisonner et d'agir de manière à être constamment à l'affût des opportunités nouvelles
- Leur apprendre comment étudier la rentabilité d'un projet, élaborer son Business Plan (Gudrun, 2008).....

Johannisson (1991) a identifié cinq niveaux dans le contenu de toute formation en entrepreneuriat dans le but de développer la connaissance entrepreneuriale : le « savoir pourquoi » (les motivations), le « savoir faire » (capacités), le « savoir qui » (compétences relationnelles), le « savoir quand » (intuition du bon moment) et le « savoir quoi » (connaissances théoriques et pratiques) (Fayolle & Gailly, Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre, 2009).

III.3. La formation universitaire : on ne peut espérer enseigner l'entrepreneuriat si au préalable la formation dispensée ne concorde pas avec l'objectif poursuivi. Il est reconnu que l'individu ne peut réellement apprendre que s'il se conforte à un environnement aussi proche que possible de la réalité. Il conviendrait donc de l'orienter profondément vers la pratique, et accorder la primauté à l'acquisition des compétences plus qu'à la transmission des connaissances. Les méthodes d'enseignement doivent avoir pour but le développement dans la mesure du possible des compétences entrepreneuriales chez les étudiants (Léger-Jarniou, 2008). En France, le ministère avait publié en 2011 « *Le référentiel des compétences entrepreneuriales et d'esprit d'entreprise* », dans le but de valoriser l'université aux yeux des recruteurs, en traduisant en langage professionnel le contenu des études enseignés.

Si au cours de toute sa formation, l'étudiant ne perçoit pas concrètement comment se fabrique un produit, encore moins comment une entreprise économique fonctionne, comment espère-t-on qu'il puisse se voir initiateur d'un projet d'entreprise. Que la discipline enseignée soit technique, sociale ou commerciale, un double objectif doit être poursuivi, transmettre les connaissances et orienter ces mêmes connaissances vers l'idée d'inventer ou d'initier un projet. À partir de tout ce qu'il reçoit, l'étudiant doit à la fois apprendre et se projeter.

Par ailleurs, c'est toute l'université dans son fonctionnement qui est appelée également à devenir un environnement professionnel ressemblant à celui de l'entreprise, afin de faire découvrir aux étudiants le fonctionnement concret du monde des affaires.

III.4. L'université entrepreneuriale : l'idée essentielle est que pour bien former à l'entrepreneuriat, il est préférable que l'université elle-même soit entrepreneuriale. D'ailleurs, pour de multiples raisons liées aux mutations des systèmes d'enseignement, cette voie est aujourd'hui la condition sine qua none pour la modernisation de l'université.

Selon C. Verzat, les meilleures universités qui forment à l'entrepreneuriat ont en commun un ensemble de caractéristiques : une stratégie bien établie par le directeur, la recherche du profit comme objectif, des pratiques pédagogiques renouvelées, des partenariats avec le monde économique, un système formalisé d'évaluation des objectifs, des systèmes d'incitation et de formation pour le personnel de l'université (Chambard, 2013). Lorsque l'université fonctionne comme toute entreprise économique, son personnel administratif est imprégné des pratiques entrepreneuriales, les enseignants seront amenés à adopter une pédagogie par projets, privilégier les savoirs appliqués et professionnaliser les offres de formation. Les étudiants qui apprennent dans un tel contexte seront incités à valoriser l'entrepreneuriat comme profession, voire même penser leurs études comme un investissement que seule la voie entrepreneuriale est en mesure de rentabiliser.

IV. La promotion de l'entrepreneuriat en Algérie : Pour relancer l'entrepreneuriat, un dispositif pour le soutien à la création d'entreprise auprès des jeunes a été lancé en 1997, une loi d'orientation pour les PME a été promulguée en 2001, des organismes et divers conseils furent créés pour promouvoir l'innovation, et accompagner les grandes entreprises privées dans leurs projets de croissance.

Seulement le tissu industriel du pays demeure formé à plus de 90 % de TPE (toute petite entreprise), orientés spécialement vers le négoce et le service, employant en moyenne 3 employés et avec peu de perspective de croissance. La probabilité de survie des entreprises émergentes et nouvelles au-delà de trois ans et demi est de l'ordre de 0,39 %. Sachant que le coût supporté par l'État pour la création de chaque emploi et qui diffère selon les secteurs d'activités varie entre 604 520 et 1 370 370 DA (Abedou, Bouyacoub, & Kherbachi, 2011, pp. 75-100). En matière de densité, le secteur enregistre un taux de 10 PME/PMI pour 1000 habitant, la norme internationale est de l'ordre de 45 pour 1000 (Firlas, 2012, p. 122). Au vu de tous les efforts consentis et les financements mobilisés, ces indicateurs suggèrent que beaucoup reste à faire, en premier lieu la redéfinition de la stratégie adoptée pour la promotion de l'entrepreneuriat.

En effet, l'erreur fondamentale faite par l'État que, fort heureusement, les autorités en ont pris conscience, concerne l'objectif attribué à ses initiatives en matière d'entrepreneuriat. Les programmes d'aide à la création d'entreprise ont été beaucoup plus une solution au chômage de la population active qu'une stratégie visant à doter le pays d'une économie productive et diversifiée. Ainsi des mesures urgentes ont été prises pour accompagner, orienter et former de manière très soutenue les jeunes porteurs de projets. Enseigner l'entrepreneuriat à l'université en est une de ces mesures.

V. Le rôle de la formation universitaire : Réussir dans la vie professionnelle en tant que salarié ou entrepreneur ne dépend pas uniquement de l'accumulation des connaissances. L'environnement des affaires requiert impérativement beaucoup de compétences telle que l'autogestion, la communication, le travail en équipe, la planification, la gestion des autres, l'analyse critique, l'apprentissage efficace,

Certes, certaines de ces compétences sont innées chez l'individu mais il incombe à l'université, si réellement l'entrepreneuriat lui est assigné comme mission, de les stimuler davantage et les renforcer. Mais la problématique demeure comment y parvenir ? Pour la communication par exemple, doit-on introduire un programme sur les techniques de communication ou laisser le soin à chaque enseignant de repérer les étudiants qui communiquent mal et les conseiller individuellement ?

Dans leurs recherches, Izzrech et al. (2013) avaient relevé que les étudiants algériens manquent de compétences requises pour se lancer dans une bonne aventure entrepreneuriale. Ces derniers reprochent surtout à l'enseignement supérieur d'ignorer les notions de créativité, de l'apprentissage des technologies de l'information et des communications (TIC), la résolution de problèmes, et l'alphabétisation numérique (Izzrech, Del Giudice, & Della Peruta, 2013).

D'autres défaillances doivent également être soulignées, la formation est centrée sur la transmission de connaissances éparées plus au moins abstraites sans grande cohérence entre les différents programmes. Elle n'est pas orientée envers l'objectif de procurer aux étudiants une réelle synthèse sur comment fonctionne une entreprise économique. Car en fait ceci est la condition sine qua non pour entreprendre. Intégrant le marché de travail, les diplômés réalisent l'immensité des connaissances non apprises à l'université, en plus des compétences et du savoir faire qu'ils ne se sont pas préoccupés au cours de leur formation à développer. Car faute de pouvoir apprendre aux étudiants les compétences requises pour entreprendre, il est impératif à la limite d'attirer leur attention sur leurs existences et la nécessité de les acquérir individuellement.

Le rapport GEM avait conclu qu'en général, l'enseignement supérieur conduit à des pratiques entrepreneuriales plus importantes. Mais en Algérie, les proportions sont similaires pour tous les niveaux d'éducation, en d'autres termes, ce ne sont pas les diplômés universitaires qui s'orientent vers l'entrepreneuriat plus que ne le font les individus issus des autres niveaux d'éducation (Abedou, Bouyacoub, & Kherbachi, 2011, p. 112). De même, 55,5 % des personnes interrogées affirment n'avoir pas les connaissances et les compétences requises pour créer une entreprise, un taux relativement faible comparé aux restes des pays étudiés. Pour la peur de l'échec, elle est mesurée à 32,9 %, un taux parmi les plus élevés (Amorós & Bosma, 2013, p. 26).

Pour que la formation universitaire dans son ensemble puisse inciter à l'entrepreneuriat, il faut qu'elle soit axée sur le renforcement des compétences et non plus sur la seule transmission des connaissances. Il faut également la professionnaliser, une finalité déjà assignée au système LMD. Ensuite il faudra que les enseignants, de tous les cycles, opèrent un travail de sensibilisation sur la nécessité d'envisager la création de son entreprise comme une alternative potentielle au salariat.

VI – Méthodes et Matériels:

La population de la recherche comprend 1857 étudiants inscrits en 1^{ère} année Master ou en seconde année, et dans 9 différentes spécialités entre les finances, la comptabilité, la gestion, le marketing et l'économie. Pour une telle population, la taille de l'échantillon doit être de l'ordre de 318. Nous avons donc pris aléatoirement 350 étudiants et leur avons demandé de :

1- classer par ordre d'importance 8 conditions requises pour réussir la création d'une entreprise :

- **La maîtrise parfaite des sciences de la discipline.**
- **La maîtrise du volet pratique de la formation.**

- **Avoir une bonne compréhension du monde des affaires.**
- Avoir les compétences nécessaires.
- Avoir une expérience professionnelle au sein d’une entreprise.
- Connaitre des réseaux ou des gens influents.
- Le dynamisme du marché et l’existence des opportunités.
- Avoir une idée innovante.

2- classer également par ordre d’importance (pour ceux qui désirent créer une entreprise à la fin de leur formation) les mécanismes d’incitations qui suivent :

- **La sensibilisation reçue à l’université sur l’importance de créer son entreprise.**
- **La compréhension du monde des affaires offerte par la formation.**
- **La maîtrise des études de faisabilité des projets.**
- L’encouragement du milieu familial.
- La saturation du marché du travail et les faibles perspectives d’emploi.
- Les structures d’aide à la création d’entreprise mises en place par l’État.
- La disponibilité du capital.
- L’importance des opportunités d’affaires offertes par le marché.

Certes beaucoup d’autres facteurs contribuent à la consolidation de l’intention d’entreprendre, nous ne pouvons les citer tous. Les trois premiers facteurs relèvent de la responsabilité de l’université, de même pour les trois premières incitations. Le facteur relatif aux compétences sous entend dans notre questionnaire, l’ensemble des aptitudes ou qualifications innées chez l’individu et qui lui permettent de créer une entreprise.

Ainsi la validation de notre hypothèse de recherche nécessite que ces six facteurs (en tant que condition ou mécanisme d’incitation) soient bien classés par la majorité des répondants. En d’autres termes, la formation universitaire doit être perçue par les étudiants comme une condition importante pour réussir dans la création d’entreprise, et être également un puissant mécanisme d’incitation pour les répondants qui désirent entreprendre.

VII -Résultats et Discussion:

Pour connaître l’ordre d’importance des facteurs nous allons nous appuyer sur l’analyse de la médiane, de l’écart interquartile suivi du mode comme suit :

Tableau N 1 : Analyse des positions des conditions à la création d’entreprise

Les facteurs	La médiane	Percentiles			Écart interquartile	Mode	Position
		25	50	75			
La maîtrise de la discipline	4,0000	1,75	4,00	6,00	2,1250	1,00	4
La maîtrise du volet pratique	3,0000	2,00	3,00	5,00	1,5000	2,00	3
Compréhension du monde des affaires	3,0000	2,00	3,00	5,00	1,5000	1,00	2
Avoir les compétences nécessaires	3,0000	2,00	3,00	4,00	1,0000	3,00	1
Avoir l’expérience professionnelle	5,0000	3,00	5,00	6,00	1,5000	5,00	5
Connaissance des réseaux influents	6,0000	4,00	6,00	8,00	2,0000	8,00	8
Dynamisme du marché	6,0000	4,00	6,00	7,00	1,5000	6,00	6
Avoir une idée innovante	6,0000	4,00	6,00	7,00	1,5000	8,00	7

Source : Résultats des questionnaires sous SPSS 25.

Le classement des conditions s'effectue sur la base de la médiane. Lorsque deux facteurs ont une médiane identique, le test retenu pour le classement sera l'écart interquartile, et lorsque cet écart est identique pour deux facteurs, on se réfère au mode qui indique le rang le plus choisi (parmi les 8) par les répondants.

- en 1ere position on trouve la condition « *Avoir les compétences nécessaires* » avec une faible médiane 3.00 mais également le plus faible écart interquartile 1.00,
- en 2eme position, nous avons la condition « *Compréhension du monde des affaires* » avec une médiane identique : 3.00 mais un écart interquartile supérieur 1.5 et un mode égale à 1 (soit le plus important). Le recours au mode est importante vu que l'écart interquartile de 1.5 a été observé pour d'autres conditions,
- en 3eme position, nous avons la condition « *La maitrise du volet pratique* » avec également une médiane de 3.00, un écart interquartile de 1.50 mais un mode élevé : 2,
- en 4eme position nous avons la condition « *La maitrise de la discipline* » avec une médiane égale à 4.00. Le seul test de la médiane permet de déterminer la position.

Nous avons adopté le même procédé pour classer le reste des conditions. Ainsi les trois conditions les plus importantes pour réussir dans la création d'entreprise sont : la possession des compétences nécessaires, la maitrise du volet pratique de la formation et la compréhension du monde des affaires.

Nous avons effectué par la suite le test de Wilcoxon avec une médiane hypothétique = 4, et un intervalle de confiance = 95 %. Les résultats sont comme suit :

Tableau N 2 : Test de l'hypothèse sur les 3 conditions relatifs à la formation universitaire

H ₀	Statistique de test	Erreur standard	Statistique de test normalisé	Sig. Asymptotique (test des deux cotés)	Décision
La médiane de la maitrise de la discipline = 4	26591	1625 ,825	0,757	0,449	Retenir l'hypothèse nulle
La médiane de la maitrise du volet pratique = 4	19658 ,5	1506,446	-2,237	0,024	Rejeter l'hypothèse nulle
La médiane de la compréhension du monde des affaires= 4	13427	1433,055	-5,658	0,000	Rejeter l'hypothèse nulle

Source : Résultats des questionnaires sous SPSS 25.

L'hypothèse nulle (H₀) implique que le facteur considéré est classée par la population, à savoir tous les étudiants de la faculté, à un rang = 4. L'hypothèse H₁ implique à l'inverse que la condition est classée à un rang différent de 4. Pour connaitre si ce rang est inférieur ou supérieur à 4, on doit observer la statistique de test normalisé :

- Positive : le rang du critère est supérieur à la médiane hypothétique,
- Négative : le rang du critère est inférieur à la médiane hypothétique.

La statistique de test normalisée étant négative, ceci implique que les rangs attribués aux deux facteurs relatifs à la formation sont < 4 , avec des probabilités (0.024, 0.000) inférieures aux seuils de signification de 0.05. Les deux facteurs relatifs à la formation sont classés par la population dans des rangs allant de 3 à 1. La compréhension du monde des affaires : -5,658 est jugée plus déterminante (son rang est plus important) que la maîtrise du volet pratique de la formation : -2,237.

Nous pouvons valider notre hypothèse, les étudiants estiment que la formation universitaire est une condition importante à la réussite dans la création d'entreprise, dans la mesure où elle leur permet une bonne compréhension du fonctionnement des entreprises. Il est impératif donc de professionnaliser les formations, limiter davantage leur volet théorique et les centrer sur la pratique.

Pour les mécanismes d'incitation, 279 répondants (parmi 350) désirent créer une entreprise dès l'obtention du diplôme, le calcul de la médiane est comme suit :

Tableau N 3 : Analyse des positions des mécanismes d'incitation

Les facteurs	La médiane	Percentiles			Écart interquartile	Mode	Position
		25	50	75			
Encouragement de la famille	3,0000	1,00	3,00	6,00	2,5000	1,00	1
La sensibilisation à l'université	4,0000	2,00	4,00	6,00	2,0000	3,00	2
La compréhension du monde des affaires	5,0000	3,00	5,00	6,00	1,0000	5,00	4
La maîtrise des études de faisabilité des projets	5,0000	3,00	5,00	7,00	2,0000	6,00	6
La disponibilité du capital	4,0000	2,00	4,00	7,00	2,5000	1,00	3
L'importance des opportunités d'investir	5,0000	3,00	5,00	6,00	1,5000	6,00	5
Les programmes d'aide de l'État	6,0000	3,00	6,00	7,00	2,2000	7,00	8
La saturation du marché de l'emploi	5,0000	2,00	5,00	7,00	2,5000	8,00	7

Source : Résultats des questionnaires sous SPSS 25.

Nous avons déterminé le classement suivant le même procédé expliqué précédemment. Ce qui incite en premier les étudiants à créer leur entreprise est l'encouragement de la famille suivi de la sensibilisation reçue à l'université ensuite la disponibilité du capital. Les deux autres facteurs relatifs à la formation ne les incitent pas à entreprendre. En d'autres termes, le fait de comprendre le monde des affaires aide l'étudiant à créer son entreprise mais ne l'incite pas forcément à entreprendre. Quand au facteur de la sensibilisation, nous pouvons supposer que la finalité attribuée à l'enseignement de l'entrepreneuriat est relativement atteinte.

En guise de synthèse, la formation universitaire dans son ensemble est certes déterminante dans le choix de carrière de l'étudiant, mais on ne peut espérer qu'elle soit apte à le rendre un potentiel entrepreneur. La maîtrise du volet pratique de la formation est jugée une condition nécessaire pour réussir dans la création d'une entreprise mais d'autres facteurs externes ou relatifs à la personne de l'étudiant demeurent plus déterminants. L'orientation majeure de l'étudiant depuis sa première année même étant le salariat, le rôle assigné à l'enseignement de l'entrepreneuriat est de modifier cette vision. Ainsi les étudiants qui désirent entreprendre ont été, suivant nos résultats, suffisamment sensibilisés sur la nécessité de créer leurs entreprises.

VIII- Conclusion :

La formation universitaire étant reconnue dans les recherches comme un déterminant externe de l'acte d'entreprendre, l'objectif de l'étude était d'estimer donc si la formation telle que dispensée à l'université de Boumerdes, est jugée par les étudiants comme condition importante à la réussite dans la création d'entreprise et quelle était son poids relatif comme mécanisme d'incitation.

Se référant à nos résultats, nous pouvons valider notre hypothèse. L'acte d'entreprendre demeure la résultante d'une combinaison complexe de facteurs relatifs pour la plupart à la personnalité de l'entrepreneur. Mais si la formation universitaire contribue à le consolider, par la sensibilisation et le déploiement des compétences requises, en plus des connaissances appropriées, il convient de rénover davantage l'architecture de cette formation pour y parvenir. Inciter à entreprendre est certes nécessaire, mais il est primordial d'apprendre également aux étudiants comment y réussir. Pour un rôle plus prépondérant de la formation universitaire, nous préconisons ainsi :

- D'identifier dans un premier temps les compétences requises pour devenir entrepreneur, et que les enseignants seront aptes à les inculquer aux étudiants.
- Former les enseignants de tous le cursus sur comment simultanément transmettre les connaissances de la discipline et développer chez les étudiants ces compétences. Nous rappelons ici que moderniser les méthodes d'enseignement était l'une des finalités du système LMD.
- Assigner également aux enseignants l'objectif de sensibiliser leurs étudiants sur la nécessité d'entreprendre, et ce dès leur première année même. Car il est impératif que l'étudiant ne se projette pas uniquement comme un futur salarié, un simple élément dans un système global, incapable de prendre des initiatives ou des responsabilités.

Références :

1. Abedou, A., Bouyacoub, A., & Kherbachi, H. (2011). *L'entrepreneuriat en Algérie, Données de l'enquête de 2011*. Global Entrepreneurship Monitor.
2. Amorós, J.-E., & Bosma, N. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*. (G. Consortium, Éditeur) Consulté le juillet 4, 2019, sur <https://www.researchgate.net>:
https://www.researchgate.net/publication/264953640_Global_Entrepreneurship_Monitor_2013_Global_Report
3. Attali, J. (1998). *Pour un modèle européen d'enseignement supérieur*. Ministère de l'éducation, Paris.
4. Bayad, M., Boughattas, Y., & Schmitt, C. (2006). Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences. *8eme congrés internationale en Entrepreneuriat et PME*. Suisse.
5. Berreziga, A. M. (2012). La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens. *Les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie* (p. 2). Ouargla: Université Kasdi Merbah.
6. Boissin, J.-P., Chollet, B., & Emin, S. (2005). Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat, éléments d'analyse pour l'action. *XIVeme conférence internationale de management stratégique*. Pays de la Loire.

7. Boutillier, S., & Uzunidis, D. (1999). *La légende de l'entrepreneur : le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise*. Paris: Syros.
8. Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise, contribution épistémologique et modélisation*. France: Thèse de doctorat en sciences de gestion, ESA-Université de Grenoble II .
9. Carrier, C. (2009). L'enseignement de l'entrepreneuriat : au-delà des cours magistraux, des études de cas, et du plan d'affaires . *Revue de l'Entrepreneuriat* , 8 (2), p. 2.
10. Chambard, O. (2014, juillet-septembre). L'éducation des étudiants à l'esprit d'entreprendre : entre promotion d'une idéologie de l'entreprise et ouverture de perspectives émancipatrices. *Formation emploi* (127).
11. Chambard, O. (2013). La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les jeux d'une création lexicale. *Mots. Les langages du politique* (102), p. 8.
12. Elbachir, S., & Chenini, A. (2014). Partenariat université-entrepreneuriat, sujet d'actualité en Algérie. *Colloque internationale sur l'employabilité et l'innovation* (p. 4). Université de Mascara.
13. Fayolle, A. (2010, n 208). Nécessité et opportunité : les attracteurs étrangers de l'entrepreneuriat. *Pour, la revue du groupe Ruralités, Education et Politiques* , pp. 33-38.
14. Fayolle, A., & Gailly, B. (2009). Évaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention d'entreprendre . *Management* , 12, p. 6.
15. Firlas, M. (2012). Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes, cas : ANSEJ de Tizi-Ouzou. *Mémoire de magistère* . Algérie: Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
16. Gudrun, C. (2008). Des cours sur la création d'entreprises dans certaines universités allemandes : un pas de plus sur la voie de la réforme. (OCDE, Éd.) *Politiques et gestion de l'enseignement supérieur* , 20 (3), p. 60.
17. Hernandez, E.-M. (1999). *Le processus entrepreneuriale : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*. France: l'Harmattan.
18. Hernandez, E.-M. (2001). *L'entrepreneuriat, approche théorique*. France: L'Harmattan.
19. Izzrech, K., Del Giudice, M., & Della Peruta, M.-R. (2013). Investigating Entrepreneurship Among Algerian Youth: Is It A Knowledge-Intensive Factory? . *Journal of the Knowledge Economy* (4(3)), pp. 319-329.
20. Léger-Jarniou, C. (2008, mai). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes, Théorie(s) et pratique(s). *Revue française de gestion* (185), p. 6.
21. OCDE. (1998). *Stimuler l'esprit d'entreprise*. Paris: OCDE.
22. Tounès, A., & Assala, K. (2008). Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens. *5eme congrès internationale de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, (p. 2). Canada.