



HAL
open science

L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu

R. Benredjem

► **To cite this version:**

R. Benredjem. L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu. 2009, 18p. halshs-00528755

HAL Id: halshs-00528755

<https://shs.hal.science/halshs-00528755>

Submitted on 22 Oct 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



CAHIER DE RECHERCHE : 2009-21 E4

**L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à
l'individu et au milieu**

BENREDJEM rédha



Unité Mixte de Recherche CNRS / Université Pierre Mendès France Grenoble 2
150 rue de la Chimie – BP 47 – 38040 GRENOBLE cedex 9
Tél. : 04 76 63 53 81 Fax : 04 76 54 60 68



L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu

BENREDJEM rédha*

*Doctorant - CERAG UMR CNRS 5820 - unité d'enseignement.
Redha.benredjem@upmf-grenoble.fr

RESUME :**L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu**

L'intention entrepreneuriale est le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté d'une personne de créer une entreprise. Cette volonté est influencée par la personnalité ainsi que les croyances de l'individu sur le milieu environnant.

Dans cet article, nous abordons en premier le contexte économique algérien. Ensuite, nous exposons le cadre théorique et conceptuel de notre recherche. Et enfin, nous détaillons une étude quantitative auprès d'un échantillon de la ville de Constantine, en Algérie. Cette étude se propose d'expliquer l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu sur l'intention entrepreneuriale.

Mots-clés : création d'entreprise, intention, culture, environnement.

ABSTRACT :**The entrepreneurial intent: the influence of factors related to the individual and the environment**

The entrepreneurial intent is the first element necessary in the entrepreneurial process. It reflects the will of a person start a business. This will be influenced by personality and beliefs of the individual on the environment. In this paper, we discuss primarily the economic Algeria environment. Then, we expose the Theoretical framework and conceptual our research. And finally, we describe a quantitative study with a sample of the city of Constantine in Algeria. This study proposed to explain the influence of factors related to individual and environment on the entrepreneurial intention.

Keywords: new firm creation, intention, culture, environment.

1. Aperçu sur l'économie algérienne

Suite à la crise qu'a connue l'Algérie pendant les années 80 et l'intervention du fond monétaire international dans l'économie algérienne, plusieurs réformes ont été entreprises (réformes financières, économiques, juridiques, etc.). Ces réformes ont eu des répercussions négatives sur le milieu socio-économique marquées principalement par : une augmentation de la pauvreté, des licenciements, des fermetures d'entreprises, une forte inflation et une hausse du taux de chômage. Ce fut un passage obligé d'autant plus que les circonstances d'ordre politique et sécuritaire ont plongé le pays dans une crise sans précédent. Avec un prix de pétrole très élevé, l'Algérie, un pays dépendant à plus de 90% des ressources d'hydrocarbures¹, a pu réaliser en 2007, des recettes en devises très importantes dépassant les 60 milliards de dollars et des réserves en devises dépassant les 100 milliards de dollars. Au jour d'aujourd'hui, la dette externe est quasiment assainie. Cependant, « le taux de croissance réalisé demeure faible, comparé aux pays en voie de développement connaissant la même conjoncture favorable et engageant le même niveau d'investissement » comme le souligne M. El Hachemi Siagh, Président directeur général du cabinet d'études Stratégica². Le gouvernement devrait prendre en compte que les réserves de pétrole ont une limite et ne peut pas subvenir aux besoins actuels et futurs du pays. Il est important alors de développer d'autres ressources pour soutenir l'économie. L'entrepreneuriat, notamment la création d'entreprises, est un moyen de développement économique qui permet en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel. C'est le nouveau moteur de l'économie. En Algérie de nombreux dispositifs et programmes, tels que le programme contrat pré-emploi et le dispositif du microcrédit, ont été appliqués pour encourager la création des petites et moyennes entreprises (PME) ainsi que les micro entreprises, afin d'absorber le chômage excessif des jeunes. À l'horizon 2009, le gouvernement algérien prévoit l'objectif des cent mille PME tracés par le Programme du Président de la république.

Malgré les efforts du gouvernement en matière de lutte contre le chômage et l'encouragement de la création d'entreprises, les résultats restent mitigés avec un grand nombre de création mais en partie dans le secteur informel. L'entrepreneuriat algérien reste toujours en recul par rapport aux pays voisins.

¹ En 2007, la valeur ajoutée des hydrocarbures est calculée sur un prix de référence fiscal de 19 dollars par baril alors que le prix moyen annuel était de 69.08 \$ par baril : source <http://www.opec.org>

² Le quotidien EL WATAN mardi le 15 janvier 2008

1.1 Les procédures de la création d'entreprise en Algérie comparées avec deux pays en développement et deux pays développés.

Suite à une étude de la banque mondiale sur les procédures de la création d'entreprise, une comparaison a été faite entre 178 pays³. La comparaison s'est faite sur les indicateurs suivants : le nombre de procédures, la durée de chaque procédure, le coût des procédures, le coût de l'enregistrement de l'entreprise ainsi que le capital minimum pour la création d'entreprise.

L'Algérie se place quasiment en dernière position par rapport à ses voisins (le Maroc et la Tunisie) sur la majorité des procédures liées à la création d'entreprise. L'un des principaux indicateurs est le nombre de démarches administratives pour enregistrer une nouvelle société. En Algérie il faut 14 démarches ou procédures pour enregistrer une entreprise. Ce nombre est supérieur à celui de la Tunisie (10 procédures) et presque le triple de ce qui se passe au Maroc et en France (respectivement 6 et 5 démarches). A noter qu'au Canada, deux procédures suffisent.

Le traitement des procédures par les organismes compétents en Algérie dure 24 jours par procédure, alors qu'au Maroc la durée est de 12 jours, en Tunisie elle est de 11 jours, en France 7 jours suffisent. Quand au Canada, il reste très souple par rapport aux autres pays avec seulement 3 jours par procédure.

Sur le plan financier, l'entrepreneur algérien est encore pénalisé par le système comme le montre l'étude de la Banque Mondiale. En calculant le coût officiel de l'enregistrement d'une entreprise par le rapport du produit national brut par habitant (PNB/h), l'étude a montré que ce coût s'élevait à 13,2% du PNB/h en Algérie contre 11,5% au Maroc et 8,3% en Tunisie. En France et au Canada le coût d'enregistrement est quasiment nul (respectivement 1,1% et 0,9%).

Enfin, en ce qui concerne l'apport minimum du capital de l'entreprise, le calcul est également en pourcentage du PNB/h. L'Algérie avec un apport minimum de 45,2% du PNB/h se place devant le Maroc avec 59,8% du PNB/h. La Tunisie, quant à elle, a réduit l'apport à 25,3% du PNB/h. En France et au Canada l'apport est quasiment nul.

Cette enquête fait apparaître significativement que la création d'entreprise en Algérie est difficile par rapport à ses deux voisins (Tunisie et Maroc) et paraît insurmontable comparée à deux pays développés (France et Canada). S'il existe des frontières de part la géographie, il existe

³ Le projet Doing Business fournit des mesures objectives de la réglementation des entreprises et leur application à travers 178 pays et certaines villes aux niveaux sous-national et régional. <http://www.doingbusiness.org>
L'étude de la Banque Mondiale est basée sur une méthodologie développée dans l'article parue en 2002 " The Regulation of Entry " dans Quarterly Journal of Economics.

également des frontières dans les domaines économique et financier qui sont très difficiles à franchir.

1.2 La problématique

L'entrepreneuriat est considéré comme un vivier important d'emplois, d'innovations et de richesses. Il représente une formidable machine de valorisation de connaissances et de transfert de technologies. De nombreux chercheurs sont d'accord pour dire que souvent la création d'entreprise est précédée par une volonté ou une intention de créer. Krueger et Carsrud (1993) ; Kolvereid (1997) ; Emin (2003); Boissin, Emin et Chollet (2005) ; Boissin, Chollet et Emin (2008) et d'autres ont étudié le comportement entrepreneurial en insistant sur l'inséparabilité des intentions de l'acte entrepreneurial. Cette intention représente le meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial. Elle est expliquée par plusieurs facteurs imbriqués : des facteurs qui sont liés aux caractéristiques personnelles de l'individu et d'autres au milieu. L'individu, outre ses traits de caractère, développe des croyances sur l'environnement où il vit et où il travaille. Dans notre recherche nous allons tenter d'éclairer la question suivante :

Comment le milieu entrepreneurial, à travers les facteurs socio-économiques et culturels, influence-t-il l'intention de créer une entreprise ?

2. Cadre théorique et méthodologique

2.1 Cadre théorique et conceptuel

Notre recherche repose essentiellement sur la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) et des travaux issus de l'entrepreneuriat tels que le modèle de l'évènement entrepreneurial (Shapero 1975 ; Shapero et Sokol, 1982) et le modèle de Krueger (1993). Elle repose également sur des travaux qui traitent l'environnement et la culture entrepreneuriale (Hofstede, 1980 ; Kostova, 1997 ; Hayton, George et Zahra, 2002...)

La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) est une théorie issue de la psychologie sociale. Elle stipule que le comportement humain, pour être effectif, doit d'abord être décidé et planifié. Selon cette théorie, les intentions peuvent prédire les comportements à travers l'attitude, la norme sociale et le contrôle perçu.

Le modèle de l'évènement entrepreneurial explique pourquoi certains tentent l'aventure entrepreneuriale alors que d'autres choisissent des carrières plus traditionnelles (salarial). Ce modèle a permis d'expliquer le choix entrepreneurial. Il a été revu par Krueger (1993) dans sa

formulation de l'événement entrepreneurial. Selon lui, l'acte est le résultat de quatre variables : les déplacements, les perceptions de la désirabilité et de la faisabilité de l'acte et la propension à l'action. Ces variables sont issues de l'environnement économique, social et culturel.

D'autres chercheurs ont mis l'accent sur le comportement et l'engagement de l'individu dans le processus entrepreneurial. Dans le modèle de formation organisationnelle, Learned (1992) montre comment l'action d'entreprendre prend naissance grâce à plusieurs facteurs : la propension à créer, l'intention de créer de l'individu et la structure des informations qui montre le rôle de l'environnement dans le soutien de l'acte entrepreneurial. Si l'environnement est favorable, l'individu peut passer réellement à l'acte. Selon Learned, le comportement entrepreneurial tel que devenir son propre chef ou de créer sa propre entreprise est souvent intentionnel et prédit par une intention. L'émergence organisationnelle commence dans l'esprit (Learned, 1992 ; Bruyat, 1993) de l'entrepreneur sans qu'il en soit totalement conscient. Le comportement est lié à l'individu lui-même mais ne peut être séparé du milieu environnemental dans lequel il vit. Selon Tounès (2003, p2), l'intention «...se manifeste dans un environnement spécifique à travers lequel il est possible de canaliser des perceptions et des attitudes en vue d'atteindre des comportements souhaités...Elle émane de l'individu mais pour devenir réalité, elle dépend de l'environnement culturel, social et économique... Elle est certes, avant tout, une volonté personnelle, mais elle dépend également de l'influence des variables contextuelles ».

Hernandez (2001), Gartner (1993), Hayton, George et Zahra (2002) et d'autres chercheurs ont insisté également sur les facteurs ayant un rôle dans le phénomène entrepreneurial. Ces facteurs sont d'ordre socio-économique et culturel. Toutefois, il faut souligner que les recherches sur les facteurs liés à l'environnement y sont peu développées. La revue de la littérature montre que la plupart des recherches sont faites dans un contexte et un environnement institutionnel spécifique à un pays donné. En effet, les recherches sont souvent réalisées dans une frontière géographique définie. La théorie institutionnelle, par exemple, montre que chaque pays dispose de caractéristiques institutionnelles distinctes. Ces caractéristiques reflètent les différents aspects de l'environnement national que sont les normes sociales, culturelles ainsi que les normes réglementaires et institutionnelles (Kostova, 1997 ; Busenitz, Gomez et Spencer, 2000).

Pour montrer qu'il existe des frontières en terme de culture nationale et que les personnes dans d'autres pays peuvent penser et agir différemment, des recherches ont été menées pour étudier l'aspect culturel comme celles du psychologue néerlandais Hofstede (1980). Selon lui, l'émergence d'une organisation est liée à cinq dimensions de culture caractérisée par : une petite ou une grande distance hiérarchique (distance au pouvoir), un individualisme ou un collectivisme, une masculinité ou une féminité et aussi une forte ou une faible maîtrise de l'incertitude et enfin par une orientation à long ou à court terme.

Nous avons trouvé que l'étude menée par Kostova (1997) était très pertinente pour expliquer la culture entrepreneuriale. Dans son étude, il introduit le concept par trois dimensions basées sur le profil institutionnel :

- la dimension régulatrice (lois, règles, politiques publiques...) ;
- la dimension cognitive (connaissances partagées entre les personnes dans la société...) ;
- la dimension normative (degré d'admiration et de valorisation des entrepreneurs...).

Pour expliquer la relation entre les facteurs institutionnels et économiques et le développement de l'entrepreneuriat, il est intéressant de citer le modèle développé par Hayton, George et Zahra (2002) qui s'inspire des travaux empiriques recensés sur la relation entre la culture nationale, les caractéristiques de l'entrepreneur et l'entrepreneuriat. Selon ce modèle la culture nationale peut être vue sous diverses formes. A cet effet, plusieurs dimensions peuvent être retenues, elles comprennent : les motivations, les croyances et comportements, la cognition, les valeurs culturelles nationales (individuelles et collectives) et le contexte national (institutionnel, relationnel, culturel, économique). La culture peut être conçue comme le régulateur et le catalyseur de la relation entre les facteurs contextuels et le comportement entrepreneurial (Bayad et Bourguiba, 2006).

D'autres travaux se sont focalisés sur l'étude des variables exogènes pour étudier l'impact de l'environnement économique, social, politique et culturel sur l'entrepreneuriat. Elles expliquent généralement l'influence des dynamismes sectoriels et des politiques gouvernementales sur l'entrepreneuriat. Certains chercheurs mettent en avant l'influence de la croissance économique et démographique ainsi que le chômage, la privatisation et autres phénomène sur le développement du tissu entrepreneurial (Julien et Marchesnay, 1996). Alors que d'autres s'intéressent aux facteurs environnementaux qui influencent le comportement entrepreneurial

comme : la formation en entrepreneuriat dans les lycées et les universités, les organismes d'aide à la création d'entreprise et la présence de pôles de compétitivité.

La peur de l'échec, l'admiration des entrepreneurs par la société, les relations et les connaissances dans le monde des affaires (Boutiller et Uzunidis, 1999), constituent également des facteurs essentiels de stimulation et d'encouragement de l'entrepreneuriat dans la plupart des pays et particulièrement dans les pays en développement.

2.2 Le cadre méthodologique

Notre recherche s'appuie sur l'administration d'un questionnaire (pré-test) aux étudiants et salariés (cadres et experts) algériens. Le questionnaire est composé de plusieurs items inspirés de la revue de la littérature et des travaux de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) réalisés en 2000, 2002 et 2007⁴. Ils sont également inspirés des travaux du chercheur Kostova (1997). Chaque groupe d'items traite une dimension spécifique (la dimension socioculturelle, la dimension cognitive, la politique gouvernementale, le financement, l'enseignement et enfin la dimension socio-économique). Des échelles de Likert à sept positions de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord » ont été utilisées pour mesurer les perceptions et les croyances des personnes de l'environnement ainsi que leur intention de créer une entreprise.

Il a été demandé aux répondants d'indiquer dans quelle mesure ils sont d'accord avec les déclarations (items) proposées.

Pour mesurer l'intention des gens, nous posons la question suivante : « avez-vous l'intention de créer votre propre entreprise ? » Nous demandons ensuite aux personnes de nous faire part de leur croyances qui les incitent ou les empêchent à créer une entreprise. A la fin du questionnaire nous demandons quelques renseignements sur le profil du répondant (âge, sexe, secteur d'activité, fonction, domaine d'étude).

3. La collecte et l'analyse de données

3.1 Le choix de l'échantillon

Nous avons décidé d'administrer le questionnaire aux cadres et étudiants à Constantine (ville de l'Est algérien). Ce choix a surtout été motivé par la connaissance du milieu universitaire et professionnel constantinois. Nous avons, nous même, remis le questionnaire aux personnes. Nous nous sommes déplacés à l'Université Mentouri Constantine, à plusieurs banques, à certains

⁴ www.gemconsortium.org

organismes d'aide à la création d'entreprise, à l'administration fiscale, ainsi qu'aux bureaux d'experts comptables.

3.2 La description de l'échantillon

Notre échantillon est composé de 80 personnes, 29 étudiants (36,3%) et 51 cadres, directeurs et experts, dont 40% de femmes et 60% d'hommes. La moyenne d'âge est de 30,3 ans, le plus jeune a 18 ans et le plus âgé a 59 ans.

3.3 Les résultats et l'analyse quantitative

3.3.1 L'intention de créer une entreprise :

55 % des personnes interrogées n'ont pas l'intention de créer une entreprise contre 45%. Dans notre échantillon les hommes sont plus tentés que les femmes par la création d'entreprise. Plus de 60 % d'entre eux ont répondu oui, contrairement aux femmes où moins de 40% ont répondu oui.

3.3.2 La dimension socioculturelle :

Les résultats montrent que 50% des personnes interrogées pensent que leur entourage estime les gens qui se lancent dans la création d'entreprise.

Plus de 76% des répondants sont d'accord avec la déclaration selon laquelle les gens favorisent l'intérêt individuel plutôt que l'intérêt collectif, et plus de la moitié sont pour l'idée que les personnes valorisent d'avantage les relations que le travail.

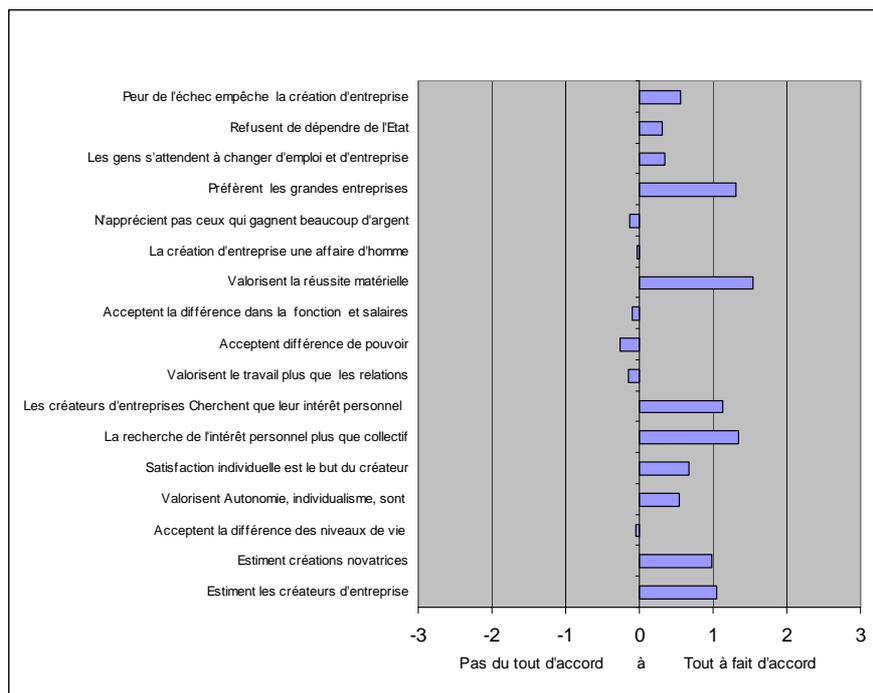
Selon notre échantillon les gens acceptent moins la différence des salaires mais encore moins la différence du pouvoir. La notion de différence des niveaux de vie n'est pas acceptée par tout le monde. Les algériens, encore marqués par la culture socialiste où la notion de classe n'existait pas, n'apprécient pas les gens qui gagnent beaucoup d'argent en entreprenant. Souvent la notion de richesse est liée au phénomène de corruption, de blanchiment d'argent et d'argent facile.

La moitié des répondants pensent que la création d'entreprise est une affaire d'hommes. En effet, la société algérienne est caractérisée par une forte masculinité, due à sa culture machiste et à son environnement des affaires incertain, fait que la femme ne s'aventure pas toute seule sur le terrain.

Depuis l'indépendance, l'Etat algérien avait comme priorité l'industrialisation du pays en créant des entreprises publiques qui recrutaient des milliers de personnes, souvent fonctionnaires avec des emplois stables et permanents. Mais suite à la crise économique des années 80 et la mise en

place du plan d'ajustement structurel, un grand nombre de la population connaît une grande précarité et appréhende le cauchemard du licenciement à cause de la fermeture d'entreprises que l'Etat ne peut plus subventionner. La peur d'être en chômage est devenue un souci permanent. La réussite de quelques groupes internationaux de même que quelques entreprises nationales ont fait que les personnes tendent à s'éloigner de la culture socialiste. Plus de 70% des répondants sont d'accord pour dire, que les algériens préfèrent travailler dans une grande entreprise plutôt que dans une petite, en sachant qu'ils auront souvent à changer d'emploi et d'entreprise durant leur vie professionnelle.

La peur de l'échec et l'aversion pour le risque constituent une des caractéristiques de notre échantillon. 63% des personnes sont d'accord pour dire que la peur de l'échec empêche de créer une entreprise. Ce dernier résultat paraît antinomique à la réalité, nous pensons que la culture du risque est présente dans les pays en voie de développement, notamment en Algérie. Que dire d'une personne qui investit son argent et son temps pour réaliser un projet dans un milieu instable ? C'est le cas de la plupart des entrepreneurs algériens.

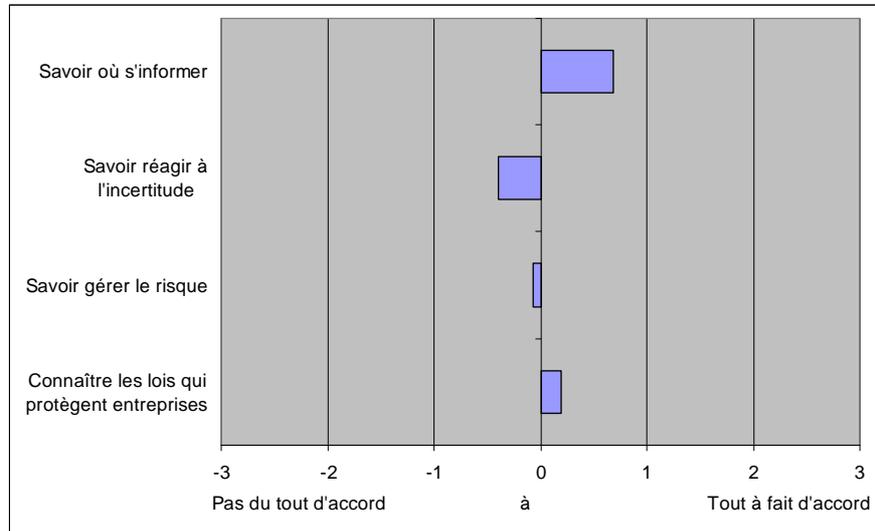


Graphique 1 : la dimension socio culturelle chez les algériens

3.3.3 La dimension cognitive :

Plus de la moitié des répondants pensent que les créateurs d'entreprises ne savent pas gérer le risque, ni faire face à un niveau élevé d'incertitude. Ceci est dû principalement à la forte

incertitude que connaît le pays depuis une vingtaine d'années (marché instable, nombreuses réformes dont les résultats n'ont pas encore été obtenus, insécurité...).



Graphique 2 : la dimension cognitive chez les algériens

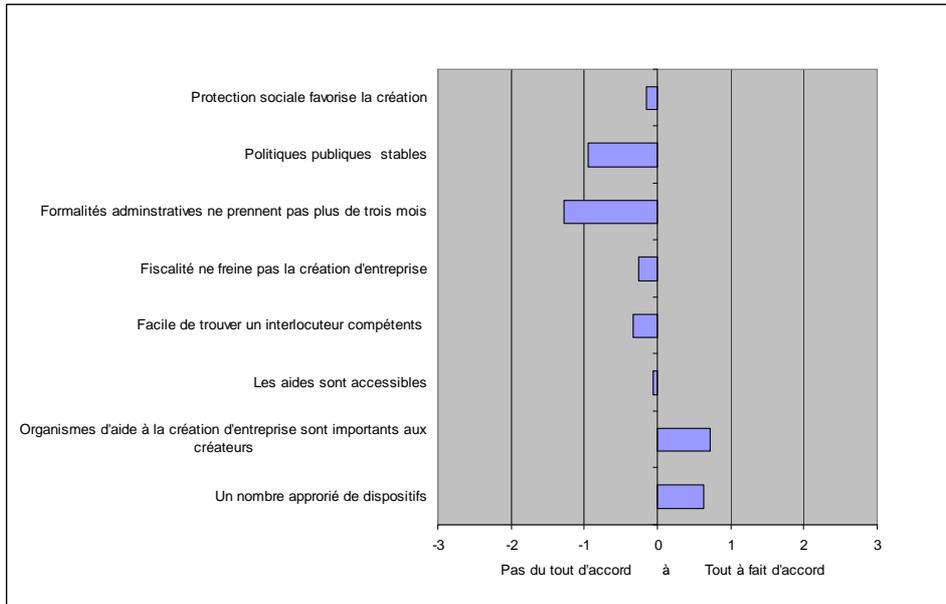
3.3.4 La politique gouvernementale :

Les gens sont conscients de l'importance des dispositifs d'aide à la création d'entreprise et pensent que l'Etat a mis en place un nombre approprié⁵. Cependant, les répondants pensent qu'il n'est pas facile de trouver des interlocuteurs compétents dans ces organismes.

En général, les personnes sont d'accord pour dire que les formalités administratives sont très longues et que les politiques publiques, consacrées à la création d'entreprise, ne sont ni stables ni cohérentes.

Selon notre échantillon, la protection sociale et la fiscalité ne favorisent pas la création d'entreprise. En Algérie, l'assurance chômage et l'allocation retraite sont très faibles (calculés en pourcentage du salaire). Il n'existe pas de trappe à l'inactivité comme ce qui est constaté en France par exemple, où le revenu minimum d'insertion et certaines aides sociales poussent certains actifs à refuser un emploi. Quand à la fiscalité, l'Algérie avec les différentes a mis en place des mesures d'aide et d'allègement fiscal pour les nouvelles créations. Nous pensons que le manque d'informations sur les nouvelles lois accentue le sentiment d'incertitude.

⁵ En effet, l'Etat algérien a mis en place un nombre approprié de dispositifs et d'organismes d'aide à la création d'entreprise tels que l'ANSEJ (Agence nationale de soutien de l'emploi de jeunes), l'ANGEM (Agence nationale de gestion du micro-crédit), la CNAC (Caisse nationale de l'assurance-chômage), l'ANEM (Agence nationale de l'emploi)...

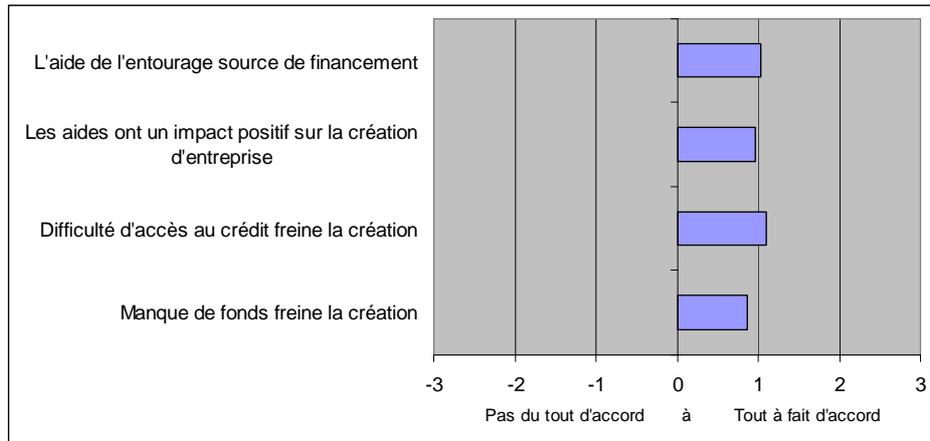


Graphique 3 : La politique gouvernementale en Algérie

3.3.5 Le financement :

Malgré la prise de conscience collective sur la nécessité de moderniser le système bancaire⁶ et financier ainsi que le développement des organismes d'aide à la création d'entreprise, les répondants sont d'accord pour déclarer que la difficulté d'accès au crédit et/ou le manque de financement freinent la création d'entreprise. A ce jour, les banques et les organismes de prêts, ne jouent pas leur rôle qui est de financer l'économie, alors qu'ils ne manquent pas de fonds. Les banquiers restent prudents quant à l'octroi de crédits car la gestion du risque n'est pas bien maîtrisée. Le risque opérationnel présent fait que la prudence est au maximum. D'autres sources de financement de création d'entreprises ont donc repris le rôle des banques. L'aide des proches devient une source importante de financement. Un grand nombre de projets ne verront pas le jour s'il fallait compter uniquement sur la banque.

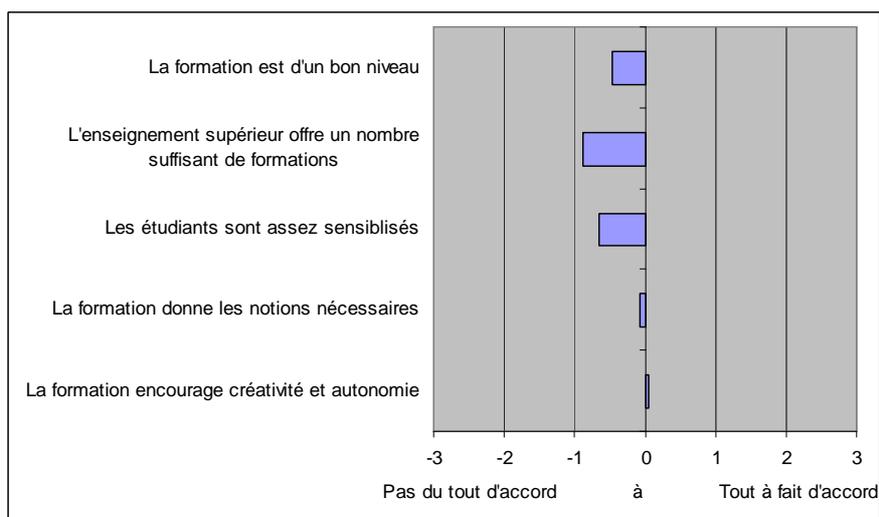
⁶ La loi sur la monnaie et le crédit n°90-10 du 14 avril 1990 représente le fondement de la loi bancaire algérienne et qui a soutenu le passage à l'économie de marché. Elle avait comme objectif de mettre en place une régulation financière et bancaire plus performante et plus libérale.



Graphique 4 : La dimension financière en Algérie

3.3.6 La formation et l'enseignement :

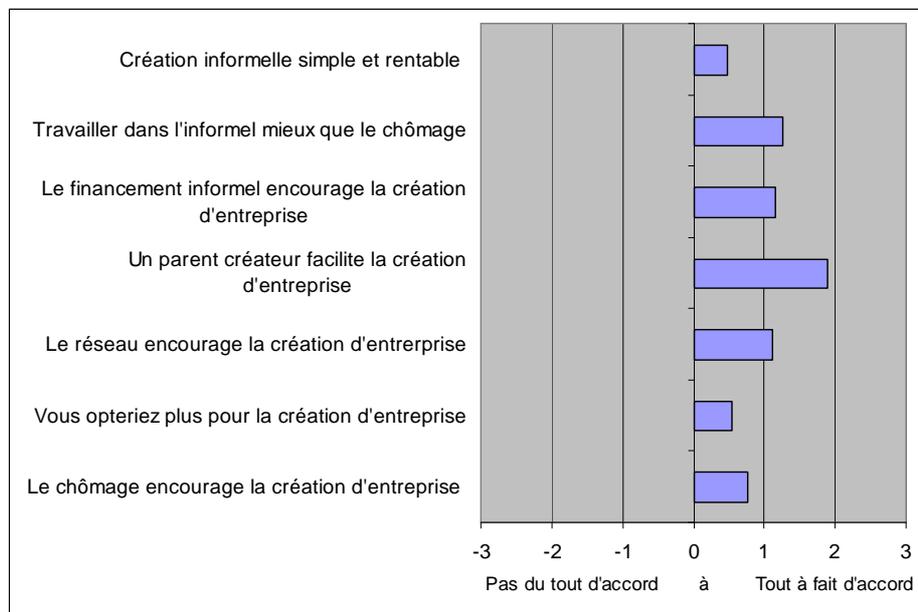
Le rôle du système éducatif est fondamental, notamment dans le développement de l'esprit entrepreneurial et la formation en gestion d'entreprise. Dans notre échantillon, la majorité des répondants s'accordent pour dire que l'enseignement favorise l'esprit d'initiative et la créativité. Cependant, ils pensent que l'enseignement dans les universités n'offre pas assez de formations en entrepreneuriat et ne donnent pas les notions nécessaires à la bonne compréhension de la vie des affaires. Malgré les réformes entreprises par l'Etat algérien en matière d'enseignement, nos répondants pensent que les étudiants ne sont pas assez sensibilisés à la création d'entreprise et que les formations ne sont pas d'un bon niveau.



Graphique 5 : la formation et l'enseignement entrepreneuriale en Algérie

3.3.7 La dimension socio-économique :

Les personnes interrogées s'accordent pour dire que le chômage encourage la création d'entreprise et affirme qu'avoir un réseau de connaissance dans le milieu bancaire, ou avoir un parent créateur facilite la création d'entreprise. Avoir du piston (terme souvent utilisé pour définir le réseau de connaissances en Algérie) est un passage souvent obligé pour avoir un financement. D'après les répondants, le financement informel permet la création d'entreprise facilement et rentable et apporte une solution au chômage.



Graphique 6 : dimension socio-économique

Conclusion

Les travaux sur l'intention entrepreneuriale sont nécessaires dans les recherches qui étudient les différences existant entre les pays en termes de création d'entreprises. Il est important de noter que l'intention est expliquée par des caractéristiques individuelles ainsi que par le milieu environnant. En effet, le milieu représente une limite ou une frontière sur le comportement de l'individu. Même si l'intention existe, le milieu agit sur les décisions du passage à l'acte. Il existe souvent des frontières économique, sociale et culturelle qui peuvent se croiser pour rendre le

contexte plus difficile.

Dans le cas algérien, nous remarquons l'existence d'un environnement entrepreneurial spécifique, lié principalement aux dimensions socio-économique et socio culturelle (chômage et travail informel), à la lourdeur des procédures administratives, au manque de financement, ainsi qu'à l'incertitude qui règne sur le marché algérien depuis des décennies.

Les réformes à venir devraient insister sur la simplification des procédures administratives par la lutte contre la bureaucratie et la corruption et inciter le système bancaire à s'y impliquer davantage dans la promotion de nouvelles entreprises, sous forme de crédit, de capital risque et d'aides diverses. L'enjeu principal est de faciliter le travail du futur entrepreneur dans l'économie officielle et de réduire ainsi l'économie informelle.

Ce pré-test s'inscrit dans une recherche doctorale. Il sera soumis à confirmation à travers une enquête comparative auprès d'étudiants, salariés et entrepreneurs dans deux pays. Le but sera de mieux cerner les croyances et les perceptions entrepreneuriales dans deux environnements différents.

Bibliographie

Ajzen I. (1991), The theory of planned behaviour, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, pp. 179-211.

Ajzen I, Fishbein M. (1980), "Understanding attitudes and predicting social behaviour", Englewoods Cliffs: Prentice Hall, p. 430.

Bayad M, Bourguiba M. (2006), « De l'universalisme à la contingence culturelle : Réflexion sur l'intention entrepreneuriale », *8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME CIFEPME*, 25,26-27 octobre, Fribourg, Suisse, p 1-19.

Bird B.J. (1988), "Implementing entrepreneurial Ideas: The case for intention", *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, pp. 442-453.

Bird B.J. (1992), "The Operation of Intentions in Time: The Emergence of the New Venture", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n° 1, Fall, pp. 11-20.

Boissin JP, Emin S, Chollet J. (2005), « Mesurer l'intention entrepreneuriale des étudiants », *Observatoire des Pratiques Pédagogiques en entrepreneuriat*.

Boissin J-P. Emin S. (2007), « Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations », *Gestion 2000*, vol.24, n°3, p. 25-42.

Boissin J-P, Chollet B, Emin S. (2008), « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux », *Revue Française de Gestion*, vol.34, n°180, pp. 25-43.

Boutillier S, Uzunidis D. (1999), *La Légende de l'entrepreneur*, Alternatives Economiques, Syros, Paris.

Bruyat C. (1993), *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), 431 p.

Busenitz L.W, Gomez C, Spencer J.W. (2000), "Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena", *Academy of management journal*, vol.43, No 5, 994-1003.

Djankov S. La Porta R, Lopez-de-Silanes F, Shleifer A. (2002), "The Regulation of Entry, *Quarterly Journal of Economics*", pp. 1-37. <http://www.doingbusiness.org/documents/551.pdf>

Emin S. (2003), *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français*, thèse pour l'obtention du doctorat en sciences et gestion à l'Université Pierre Mendès France de Grenoble, 453 p.

Julien P. A, Marchesnay M. (1996), *L'entrepreneuriat*, Edition Economica.

Hayton J. C, George G et Zahra S.A. (2002), "National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research", *Entrepreneurship, theory and practice*, vol. 26, n°4, pp 33-52.

- Hernandez E. M (2001), *L'entrepreneuriat : Approche théorique*, l'Harmattan.
- Hofstede G. (1980), "Culture's consequences: international differences in work-related values", *Beverly Hills, CA, Sage Publication*.
- Kolvereid, L. (1996), "Prediction of employment status choice intentions", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 21, n° 1, pp. 47-57.
- Kostova, T. (1997), "Country institutional profiles: Concept and measurement", *Academy Of Management*, Best paper proceeding, pp.180- 189.
- Krueger, N.F. (1993), "The impact of prior entrepreneurial exposure on perception of new venture feasibility and desirability", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Fall, pp. 5-20.
- Krueger N.F, Carsrud A.L. (1993), "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5, pp. 315-330.
- Krueger N.F, Reilly M.D, Carsrud A.L. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, pp. 411-432.
- Learned K.E. (1992), "What happened before the organization? A model of organization formation", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol17, pp. 39-48.
- Reynolds, P.D, Bygrave, W.D, Autio, E., Cox, L.W, et M. Hay. (2002), *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report*, Babson College, London Business School and Kauffman Foundation.
- Shapero A, Sokol L. (1982), "The social dimensions of entrepreneurship", *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, chap. IV, pp. 72-90.
- Shapero A. (1975), "The displaced, uncomfortable entrepreneur", *Psychology Today*.
- Tounes A. (2003), « Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale », *Actes des VII èmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'A.U.F*, pp.111-123.
- Volery T., Servais I, (2000), *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report*, French Executive report.
- Volery T, Bergmann H, Gruber M, Haour G et Leleux B, (2007), *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report*, Swiss Executive report.